



REVISTA DE CIÉNCIAS SOCIAIS

Civitas - Revista de Ciências Sociais

ISSN: 1519-6089

civitas@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio

Grande do Sul

Brasil

Ribeiro Dias, Marcia

Comunicação política, partidos e eleições

Civitas - Revista de Ciências Sociais, vol. 8, núm. 2, mayo-agosto, 2008, pp. 183-186

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74211535001>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Apresentação

Presentation

Comunicação política, partidos e eleições

Political communication, party and elections

O tema das eleições ocupa lugar privilegiado nos estudos realizados no campo da Ciência Política, tanto internacional quanto brasileira, e não é difícil supor o motivo para tal. A democracia tornou-se, a partir de meados do século 20, progressivamente a forma de governo hegemônica no mundo ocidental. As eleições, juntamente com os partidos políticos, são os principais elos a conectar Estado e Sociedade. A eleição é o momento democrático por excelência, pois concentra a maior atividade política dos cidadãos, na medida em que mobiliza parte da população que é mais apática em seu cotidiano. É o tempo da política, quando, ignorá-la, torna-se tarefa árdua até para o mais cético dos indivíduos. Se considerarmos especialmente o caso brasileiro, tanto mais esse fenômeno se manifesta, na medida em que o voto é obrigatório. Nesse sentido, os períodos eleitorais, quando o povo manifesta sua vontade diretamente, consagram e festejam a democracia.

Os partidos políticos ocupam papel central na dinâmica eleitoral. Reúnem e apresentam as alternativas eleitorais, dão sentido às suas plataformas políticas, captam recursos e organizam as campanhas dos candidatos e, sobretudo, são responsáveis pela comunicação política oficial. Apesar de toda a bibliografia existente sobre o fenômeno do declínio dos partidos políticos nas democracias contemporâneas, não se pode deixar de reconhecer sua função elementar de interligar eleitores e seus representantes nas instituições políticas executivas e legislativas. É certo que os índices de volatilidade eleitoral, as declinantes taxas de identificação partidária e o personalismo crescente da decisão eleitoral são evidências da crescente fragilidade dos partidos políticos no exercício de algumas de suas funções clássicas: formar a opinião, constituir representação política, afiançar a conduta de candidatos eleitos. Entretanto, na esfera político-institucional, os partidos seguem ocupando papéis determinantes no processo decisório e, no Brasil, detêm ainda o monopólio da representação política. A eles são destinados os recursos públicos que financiam parcela importante

das campanhas eleitorais. Aos partidos cabe a responsabilidade pelo conteúdo e pela distribuição do tempo entre seus candidatos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), espaço privilegiado de comunicação mediática (rádio e televisão).

Entretanto, há que se reconhecer que os partidos, já há algum tempo, partilham com os meios de comunicação as tarefas de comunicação política e formação da opinião pública. O jornalismo impresso (jornais e revistas semanais), televisivo, radiofônico e, mais recentemente, a internet são seus principais concorrentes nas referidas tarefas. A mídia, em geral, ocupa-se de divulgar informações sobre assuntos políticos, acontecimentos parlamentares e governamentais relevantes, campanhas eleitorais. Não há, portanto, como desconsiderar sua relevância na vida política do país, especialmente, durante os períodos eleitorais. Por esta razão, o campo de estudos da comunicação política é um dos que mais cresce na Ciência Política contemporânea. São variados os seus enfoques; estudos de emissão e de recepção da notícia que se desdobram nas seguintes temáticas: a cobertura jornalística das campanhas, seja através dos jornais, dos telejornais, rádios ou internet; cobertura de assuntos governamentais, através dos mesmos veículos anteriormente mencionados; além da própria comunicação política dos partidos que se dá através do HGPE, para comunicar-se com o eleitor, e de sua burocracia, a fim de comunicar-se internamente.

A Revista *Civitas* apresenta neste dossier amostras qualificadas das temáticas acima mencionadas. São estudos sobre eleições, comportamento eleitoral, cobertura da imprensa durante eleições de magnitudes diversas (municipais, estaduais e nacionais), a comunicação partidária, a cobertura jornalística sobre governos. Eleições, mídia e partidos é disso que se trata.

Em *O eleitor ausente*, Álvaro Barreto revisita estudos que procuram dar conta da abstenção eleitoral e das teorias que sustentam ou confrontam tais explicações. O assunto é instigante e seu diagnóstico depende de um controle da variabilidade de casos em que é analisado. Das diferentes configurações político-institucionais, emergem problemáticas distintas: é possível supor que a abstenção eleitoral tenha significados diferentes em contextos onde o voto é obrigatório e em outros, onde o voto é facultativo. Os distintos padrões socioeconômicos, sociedades mais ou menos heterogêneas, podem também intervir no mesmo diagnóstico. Mas, certamente não é na imprecisão dos resultados que reside a riqueza analítica, mas sim na capacidade de convergir pontos de contato capazes de traduzir a qualidade de cada democracia.

O tema da abstenção é um dos enfoques possíveis para o estudo do comportamento eleitoral, talvez o mais incomum deles. Em seu artigo, Yan Carreirão decide pelo caminho contrário, ou seja, o de investigar as razões do voto; não da abstenção, mas da escolha eleitoral. Seu universo de análise

é o do eleitor catarinense em quase uma década de eleições (1998-2006); suas variáveis dividem-se em duas categorias: a socioeconômica e a política. A grande contribuição do artigo, para além dos resultados apresentados, que procuram dar conta do comportamento do eleitorado catarinense, está na possibilidade de replicação metodológica em outros estados brasileiros, tornando-os comparáveis entre si.

Ainda no marco dos estudos sobre o comportamento eleitoral, o terceiro artigo deste dossier, de minha autoria, busca explicar o resultado das eleições municipais de 2004, em Porto Alegre. Após quatro vitórias eleitorais consecutivas, o Partido dos Trabalhadores (PT) foi derrotado nas urnas por uma candidatura adversária. Alicerçado por um método de governo que ganhou popularidade tanto nacional quanto internacional, conhecido como Orçamento Participativo (OP), o PT governou a capital do Rio Grande do Sul por dezesseis anos. Entender a força da variável OP no voto do eleitor porto-alegrense, tanto na reprodução eleitoral do PT na prefeitura quanto na sua interrupção, é o objetivo deste artigo.

Ainda no plano das eleições municipais, mas sob um enfoque teórico-metodológico muito distinto, o artigo de Cloves Oliveira faz uma análise da cobertura jornalística da campanha de 1996 em São Paulo, ressaltando as representações raciais e de gênero produzidas pelos veículos de comunicação em análise. O segundo turno daquela eleição foi disputado entre as candidaturas de Celso Pitta, primeiro prefeito negro eleito naquela capital, e Luíza Erundina, mulher e nordestina. O autor buscou apreender a construção da imagem desses dois candidatos a partir de uma análise da retórica dos dois principais jornais do estado e concluiu que a questão racial esteve presente de forma determinante tanto na campanha como em sua cobertura.

Mudando a abrangência da eleição, o quinto artigo deste dossier trata das eleições em âmbito estadual, porém seu foco específico é a construção do discurso *antipetista* no Rio Grande do Sul. Segundo César Filomena, a origem do referido discurso pode ser identificada nas eleições estaduais de 1994. O autor faz uma análise dos discursos petista e antipetista através da cobertura da mídia jornalística sobre as eleições daquele ano. Em um cenário de ascensão da hegemonia do Partido dos Trabalhadores em Porto Alegre, na vigência de seu segundo mandato na cidade, Filomena vê emergir os contornos do discurso de oposição e dá sentido a uma década de acirradas disputas ideológicas no campo político estadual. A polarização político-ideológica ali inaugurada só veria seus ânimos aplacados com a derrota do PT nas eleições municipais de 2004 e da consagração do discurso conciliatório que prevaleceu nas eleições seguintes.

Na linha da cobertura jornalística acerca dos processos político-eleitorais, mas neste caso em âmbito federal, o artigo de Felipe Borba busca analisar o

impacto das campanhas eleitorais na decisão do voto, tomando como objeto de estudo a eleição presidencial de 2002. Especificamente, o artigo de Borba estabelece uma correlação analítica entre a cobertura jornalística e a decisão de voto em Lula naquela eleição, demonstrando que a preferência por sua candidatura cresceu simultaneamente a um movimento daquela cobertura em investir em uma pauta mais positiva para o candidato. Resta a dúvida de se o inverso não seria o verdadeiro, ou seja, a cobertura pode ter se tornado mais positiva na medida do crescimento eleitoral do candidato. Como o próprio autor considera, se a análise fosse feita para o ano de 2006, o resultado poderia ter sido distinto.

O artigo de Heloisa Dias Bezerra também trabalha com a cobertura jornalística das eleições nacionais, analisando, além do ano de 2002, os anos eleitorais de 1998 e 2006. Sua perspectiva teórica, entretanto, é bastante distinta do texto de Borba. Sua lente analítica é o *adversarismo* político, conceito que a autora formula a fim de analisar performance e relacionamento dos atores políticos com a mídia. Assim, importaria em uma eleição não apenas projetos e ideais assumidos por cada alternativa eleitoral, mas também quem são seus adversários. Ou seja, no processo de construção de imagem de uma candidatura incidiria, como variável indispensável, o seu antagonista; significa dizer não apenas *o que é*, mas sobretudo *o que não é* aquela candidatura. Segundo a autora, a narrativa da cobertura jornalística das eleições seria orientada pela percepção da lógica *adversarista*: com quem e de que modo se confrontam as candidaturas.

Finalmente, o último artigo deste dossier não se afasta do tema do adversarismo, uma vez que trabalha com o discurso da oposição ao primeiro governo Lula (2003-2006) no parlamento e na mídia, através de uma análise da Revista *Veja*. Sua perspectiva analítica é também bastante distinta da adotada no texto anterior. Daiane B. de Menezes recupera a discussão teórica proposta por A. Hirschman e propõe-se a verificar qual das três teses de sua *retórica da intransigência* – ameaça, perversidade ou futilidade – mais se aplica ao discurso da oposição no período em questão. A autora conclui, em sua análise dos discursos de lideranças de oposição na Câmara dos Deputados e da mídia, o predomínio da tese da ameaça e, sobretudo, pontos de vista suficientemente convergentes para se demonstrar uma forte identificação entre esses dois atores.

Verificam-se neste volume, portanto, perspectivas teóricas e metodológicas variadas para abordar múltiplas dimensões da grande área de comunicação política e seus correlatos, os partidos e as eleições. Constitui-se, nesse sentido, em uma obra de referência para pesquisadores que desejem conhecer o que se tem produzido recentemente na referida temática.