

Comunicação e Política

Estamos acompanhando mudanças tecnológicas significativas na sociedade, com a informatização crescente, a formação da sociedade em rede e com a crescente importância que essas redes sociais adquiriram no mundo atual.

Os desdobramentos desta situação extremamente dinâmica nos meios de comunicação provocam mudanças na política. Agora, os candidatos, os partidos políticos, as campanhas eleitorais, as estratégias discursivas e o marketing político devem se adequar à centralidade dos meios de comunicação e à nova forma da democracia contemporânea. Veja-se que as mobilizações sociais e a emergência de novos processos de comunicação política provocam alterações na configuração e na formatação da democracia.

Estas alterações nos processos de comunicação política serão experimentadas no Brasil, com maior intensidade, após o processo de redemocratização e se acentua com a importância que as eleições e as campanhas eleitorais readquirem na política brasileira a partir de 1989, com a retomada das eleições diretas para presidência da República. É neste momento que a televisão, enquanto principal fonte de informações dos eleitores, transforma-se no meio de comunicação mais estudada e debatida em decorrência de ser a mídia preferencial de notícias sobre a política.

As campanhas eleitorais sofrem uma mudança significativa, a partir do momento em que incorporam novas estratégias de comunicação e, também, passam a considerar estudos sobre a relação entre comunicação e política. Tal tendência de enfatizar o significado das eleições é resultado da conjuntura política de redemocratização no Brasil, processo esse que leva à análise das estratégias discursivas dos candidatos e de seus respectivos partidos políticos.

Portanto, a centralidade dos meios de comunicação, frente a um cenário de crise dos partidos políticos e da ideologia, e da desconfiança e descrença nas instituições políticas e na classe política, irão provocar

uma supervalorização desses meios, que devem ser compreendidos enquanto produtores de conhecimentos e construtores de representações sociais. As análises meramente institucionais, caso não abarquem uma abordagem dos meios de comunicação, ficam limitadas e incompletas, pois é exatamente através dos estudos da mídia que poderemos compreender as representações a respeito destas instituições políticas.

A análise da agenda *setting* e do enquadramento serão importantes balizadores nos estudos da comunicação e política. A pretensa neutralidade da mídia e seu apartidarismo ficam desmascarados com a ampliação dos estudos nesta área de conhecimento, que é eminentemente interdisciplinar.

O que observamos é que existe um vínculo entre a sequência das conjunturas políticas e da agenda política brasileira, gerando novos temas de pesquisas na área de Comunicação Política. Com a criação de novas ferramentas a serem utilizadas na Internet, o que observamos é que a disseminação das informações, a mobilização e a participação política ganham outras formas de ação, agora amplificadas com os *blogs*, com o *Twitter* e com as comunidades *on line*, como o *Orkut* e *Facebook*. Os processos de transformação tecnológica e de comunicação provocam novas formas de participação, de convocação política e de mobilizações populares.

A revista *ponto-e-vírgula*, do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP, organizou um Dossiê sobre Comunicação e Política e os temas arrolados acima serão apresentados e discutidos nos números 8 e 9 da revista. Desta forma, o Programa pretende trazer novas contribuições para pensar a política no atual contexto de rápidos saltos tecnológicos impactando na vida social. Para tanto, o primeiro artigo da revista *ponto-e-vírgula* 8, tem como objetivo discutir a relação entre Opinião Pública e Democracia Deliberativa na sociedade rede. Seus autores – Victor Sampedro Blanco e Jorge Resina de la Fuente –, são pesquisadores espanhóis referenciados nesta área de conhecimento.

Também serão abordados, no referido número, temas referentes às mudanças que ocorreram nas campanhas eleitorais na cobertura jornalística da imprensa escrita, na atuação das redes sociais, na relação entre humor e política, religião e política, o comportamento político e a decisão do voto e no uso das novas tecnologias enquanto divulgação de certas políticas públicas.

No Dossiê Comunicação e Política 2, referente ao número 9 da revista *ponto-e-vírgula*, serão apresentados artigos que discutem os formadores de opinião pública, a regulamentação das telecomunicações e do ciberespaço, a cobertura jornalística da imprensa escrita e a representação do artista Geraldo Vandré, a revista *Cultura Política* editada durante a período getulista, a cobertura televisiva das ações policiais, a relação entre lideranças políticas e cinema, a abordagem benjaminiana para analisar certos momentos de nossa história e o surgimento de novas formas de participação no ecossistema informativo. Como abertura do dossiê, encontra-se o artigo de Manuel Martínez Nicolás, do Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) da Universidad Rey Juan Carlos (URJC) da Espanha, que discute a questão das mudanças que estão acontecendo na transição da democracia mediática para a democracia digital.

Devemos assinalar, ainda, que nenhum setor da sociedade encontra-se fora da forte influência do avanço tecnológico que se verifica atualmente nos meios de comunicação, principalmente na dimensão da Internet. Neste sentido, devemos estar atentos aos novos desafios colocados para a política na contemporaneidade.

Vera Chaia*

* Professora do Departamento de Política e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, pesquisadora do Neamp (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política) da PUC/SP e do CNPq.