

Democratização, comunicação e política: desafio contemporâneo*

Antonio Albino Canelas Rubim**

O cenário das lutas políticas no mundo contemporâneo, e em especial no Brasil, vem sendo invadido de modo sistemático e sempre continuado por um novo personagem: a comunicação midiática. Ou seja, a comunicação realizada pelos modernos aparatos sócio-tecnológicos de produção e difusão de bens simbólicos. A incômoda novidade encontra-se presente nos momentos eleitorais; nos enfrentamentos das grandes questões políticas; nos embates político-sociais cotidianos; enfim, nos mais diferentes espaços, materiais ou simbólicos, que compõem e/ou influenciam o cenário político. Apesar de sua indiscutível importância para a ação política, o significado de tal (oni)presença tem sido bastante mal compreendido pelos atores sócio-políticos, em particular pelos setores de esquerda.

O comportamento usual destes setores vai, na maioria dos casos, de um menosprezo pela atividade da comunicação midiática a uma compreensão instrumental e aligeirada de sua utilização. Percebe-se a comunicação midiática através de sua face mais visível: as mensagens transmitidas de maneira imediata e explícita. Em consequência, as críticas dirigem-se aos conteúdos ideológicos e políticos difundidos. Parece que o objetivo a ser alcançado pela luta política e social seria a simples troca de sinais destes conteúdos tornados públicos.

Esta compreensão alimentada pelos aspectos mais imediatos e visíveis é sem dúvida insuficiente para uma percepção mais aprofundada do impacto e das repercussões efetivas da presença crescente da comunicação midiática no espaço político. De qualquer modo, ela permite uma postura crítica inicial e uma primeira intuição da nova configuração da atividade política. Os partidos, sindicatos e entidades da sociedade civil começam assim a perceber que a atuação eficaz e a conquista de vitórias em suas lutas não depende somente da força específica que conseguem aglutinar; da correlação de forças existente en-

* Trabalho apresentado na mesa-redonda "Política de Comunicação e Democracia Sindical", promovido pela PUC-MG e Escola Sindical 7 de Outubro. Belo Horizonte, 07 de maio de 1991, CUT-MG.

** Professor do Departamento de Comunicação e Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

tre os participantes de, um embate político-social e das alianças políticas possíveis, mas também das modalidades de apresentação daquela luta para o restante da sociedade. Ou melhor, de como aquela luta mostra-se e é vista pela diversidade de atores sociais e políticos presentes em um determinado momento histórico. Na sociedade contemporânea e especialmente no Brasil, o ato de publicizar - fundamental para a moderna atividade política - é cada vez mais realizado e monopolizado pela comunicação mediática. Torna-se preciso portanto um esforço de reflexão sobre este novo personagem político, devido ao seu significado para a luta pela democratização radical da sociedade.

O ATO DE PUBLICIZAR, A DIMENSÃO PÚBLICA E AS IMAGENS

Uma das características mais marcantes da contemporaneidade é a (o)ni)presença tentacular da "nova" comunicação. Sob as mais diversas formas, ela aparece na quase totalidade dos lugares sociais. A chamada "revolução das comunicações", desenvolvida a partir do século XIX e mais intensamente no século XX, sem dúvida, atinge hoje toda sociedade. Como um ser todo poderoso constitui e aproxima o mundo, através das imagens e palavras. Sua aparente imediatez e sua simultaneidade recriam vivências, alteram percepções, sensibilidades e processos cognitivos. A sociabilidade modifica-se espacial e temporalmente através destes modernos aparatos sócio-tecnológicos de produção e difusão de materiais simbólicos. E mais: as previsões para o futuro, mesmo aquele mais próximo, sugerem uma expansão crescente das comunicações e uma ampliação sem precedentes de suas repercussões sociais. Uma "nova" revolução nas comunicações encontra-se em andamento. Nela articulam-se comunicação, informática e telecomunicações.

No passado, a comunicação, em conjunto com uma diversidade de instituições sociais, solidariamente tornava as coisas públicas, transformando-as em comuns e compartilhadas socialmente. Tal funcionamento articulado e "solidário" está hoje em cheque. Nota-se nele modificações profundas. A "revolução das comunicações" possibilitou o destaque da comunicação no social. Através da institucionalização dos aparatos sócio-tecnológicos, enquanto entes sociais específicos, ela se diferenciou socialmente e se apropriou de modo crescente dos atos sociais do "publicizar". Assim a moderna comunicação já não se satisfaz em apenas tornar as coisas públicas, como a comunicação interpessoal. A essência da comunicação mediática - nomeada habitualmente com as problemáticas expressões: social, coletiva ou de massas - passou a ser algo mais: a construção da dimensão pública da sociedade contemporânea.

O privilégio adquirido em relação ao ato de "publicizar" e construir a dimensão pública da sociedade já contém em embrião a pronunciada tendência à monopolação inerente à modernidade brasileira. Em países de industrialização da sociedade civil, como no exemplo brasileiro, esta tendência monopolizante se apresenta plenamente manifesta. A comunicação mediática se pretende a única possuidora do dom de "publicizar" e, mais que isca, ela tenciona se identificar, sem mais, com a própria dimensão pública da sociedade, reduzindo-a a seus limites e ditames. Ela quer ser a própria dimensão pública da sociedade. Aparece aqui a primeira exigência imposta por esta situação: o acesso à dimensão pública quase supõe, como requisito, poder trilhar os caminhos sócio-

tecnológicos da "nova" comunicação, que hegemonicamente a constitui. Esta primeira exigência já está carregada de implicações políticas.

Outra característica imanente às sociedades contemporâneas, em conformidade com suas características e complexidade, é a configuração de sua dimensão pública. Ela aparece como específico espaço social, habitado e vivenciado por "imagens". Nela os entes sociais, individuais ou coletivos, só transitam com naturalidade sob a forma composta, porque social e simbolicamente construídas, de "imagens" e não seres (primários) de carne, contradições e ossos. Por outra via que não a usual a sociedade contemporânea reafirma-se como "civilização das imagens". Os novos meios de produção e difusão culturais, com destaque para a televisão, criam aceleradamente imagens (representações visuais) e "imagens" (maneiras e modelos de apresentação e existência social). Esta proliferante construção de "imagens" introduz no cenário novos componentes. Passa a ser fundamental compreender os expedientes sociais de produção das "imagens". E mais, é preciso definir a pertinência, inclusive ética, da utilização de aspectos da vida pública - palavra que aqui certamente tem um significado diferenciado e específico - e privada dos entes/personagens sociais na elaboração de suas "imagens".

A constituição de uma dimensão pública, na qual só é possível transitar sob a forma de "imagens", tem um enorme impacto e repercute fortemente sobre a atividade política. Em primeiro lugar, porque impõe a dimensão pública como lugar (adicional e agregado) de luta em todos os embates políticos e, por consequência, torna a construção social de "imagens" um componente indispensável da atividade política. A questão deixa de ser a pertinência ou não da construção de "imagens" e deve ser formulada em termos das opções ético-políticas envolvidas nos processos de produção política de "imagens". Em segundo lugar, o reconhecimento da importância política da dimensão pública e da inevitabilidade, nas atuais circunstâncias, da forma/construção de "imagens" sugere o desenvolvimento de ações políticas específicas e essenciais no campo da comunicação. Em terceiro lugar, porque a comunicação midiática - se não pode impor, sem mais, opiniões e fazer cabeças como antes se pensava - tem a capacidade de agendar temas de discussão. Isto é, de colocar em debate na sociedade temáticas diversas, sem que tais temas sejam necessariamente os mais relevantes para o conjunto social. A possibilidade ampliada de manipulação da agenda de discussões empreendidas pela sociedade aparece como componente da cena política.

A constituição de atores - individuais ou coletivos - e o agendamento de temáticas para discussão configura a produção pela comunicação midiática de cenários (políticos) que contextualizam, definem limites e interferem na atividade política realizada na sociedade contemporânea. Deste modo, na atualidade, uma análise concreta de conjuntura deve necessariamente levar em conta esta dimensão imaginária, buscando compreendê-la nas suas relações, nem sempre muito transparentes e simples, com as configurações políticas e econômicas da sociedade. Um complicador adicional para a realização desta análise de conjuntura provém das modalidades de construção dos cenários políticos. As regras acionadas e os componentes selecionados na construção dos cenários não são provenientes, sem mais, do campo da política. Eles advêm majoritariamente de esquemas próprios da comunicação midiática. Não por acaso se ouvem relembranças de espetacularização da política; para se lembrar apenas de um exemplo.

MODERNAS CONFIGURAÇÕES POSSÍVEIS DA POLÍTICA

As novidades não acontecem somente na comunicação. A política contemporânea se caracteriza por mudanças potenciais. De uma situação anterior marcada pelo exercício da violência e da exclusão, legal e quase sempre real: a atividade política tem a possibilidade de perder este caráter formal e até real de exclusão das maiorias. Se o liberalismo político, instaurador formal dos direitos individuais, surgiu como contraposto à democracia, só reconhecendo como cidadãos plenos os proprietários e só permitindo a chamada "democracia de cliques", os trabalhadores e outros segmentos sociais (setores médios, mulheres, etc.), através de suas lutas históricas, conquistaram uma outra política. O sufrágio universal, a liberdade de organização associativa e partidária, alicerces da moderna sociedade civil, derivam em descendência direta das lutas do "cartismo" inglês; do embrionário movimento sindicalista na Europa do século XIX, da atuação dos trabalhadores na estruturação dos partidos socialistas, primeiros partidos políticos modernos e de inúmeras outras lutas travadas historicamente por setores oprimidos da sociedade capitalista. A possibilidade de uma outra política e da democracia não foram uma dádiva das classes dominantes. Antes foi resultado desta infinidade de lutas e representam conquistas duramente arancadas às classes dominantes.

A consagração dos direitos sociais resultante destas lutas permite a configuração da política contemporânea. O século XX instaura como possibilidade a realização - não apenas formal, mas real - da socialização da política e da democracia ampliada de massas. Ao se tornar uma atividade formalmente abrangente, redefine o Estado, constitui a sociedade civil e incorpora, além delas, a potencial participação dos diversos segmentos e classes sociais. A política coloca como possível sua plena socialização e a conseqüente descentralização do poder, fundamentos hoje da realização radical da democracia política e socioeconômica-cultural na sociedade contemporânea.

A extensão da atividade política, apesar de muitas vezes apenas formal, fez emergir a compreensão, característica dos tempos atuais, de que as relações de poder permeiam toda sociabilidade - mesmo espaços antes insuspeitos - por serem inerentes às relações sociais/humanas. Este alargamento da política terminou por reunir ao seu tradicional *locus* social novas dimensões que dão complexidade ao campo político e por certo trazem desconfortos ao espaço convencional e intuído, onde esta atividade se exerceia.

As relações de poder, momento constitutivos das relações sociais, se expressam nas relações humanas sob duas formas gerais: como força material (violência/coerção) e como força simbólica, intelectual e/ou moral (convencimento/coerção). O processo civilizatório, talvez por um ajuste de contas com nossa origem animal, vem tentando historicamente afirmar o convencimento/coerção sobre a violência/coerção como procedimento legítimo. O predomínio da hegemonia intelectual e moral (convencimento/coerção) como momento de realização das relações de poder, no entanto, não exclui a utilização da violência/coerção, inclusive porque legitima seu uso em determinadas circunstâncias. Nem, como gosta de fazer erer no seu afã racionalista, funciona e se fundamenta em um puro jogo de idéias. Antes aciona sempre e simultaneamente argumentos, emoções/sentimento, preconceitos, interesses, etc: todos eles elementos inerentes ao relacionamento social/humano.

A política contemporânea tem, em resumo, como elementos característicos esta **expansividade**, este **alargamento** e esta **predominância de sua realização enquanto hegemonia**. Tais componentes inscrevem como **possibilidades** a socialização real da política, a desconcentração do poder, enfim a realização de uma radical e efetiva democracia na sociedade. As **possibilidades** inscritas na contemporaneidade entretanto **não se realizaram até o momento**. O chamado "socialismo real", ao identificar socialização da economia com estatização, sem mais, e socialismo com concentração da política no âmbito do Estado/partido "proletários", impediu a socialização/democratização daqueles países e, queira-se ou não, abalou profundamente a utopia socialista. No mundo capitalista, inúmeras são as tendências e os expedientes desenvolvidos para que o **possível não se realize**. A corrupção/cooptação; o poderio dos gigantescos conglomerados econômicos e agora a comunicação mediática estão, sem dúvida, entre eles. Aliás uma compreensão profunda destes expedientes anti-democráticos gestados na contemporânea sociedade capitalista é fundamental para uma ação política atualizada.

DIMENSÃO PÚBLICA, POLÍTICA E COMUNICAÇÃO

O relacionamento política/comunicação não pode ficar imune a todas estas mudanças. As contemporâneas características - extensividade, alargamento e predomínio da realização enquanto hegemonia - obrigam a política a ser exercida como **atividade pública**, como **luta pública** no campo de forças que é a sociedade. Como **busca pública** de aglutinação e ampliação de poder no seio das contradições e conflitos sociais. Esta necessária fisionomia de **realização pública** - que não exclui outros procedimentos e segredos adicionais - faz da política contemporânea uma hóspede permanente da dimensão pública, sem a qual não pode (sobre)viver. Se, no passado, instituições como o Estado, o parlamento e os partidos bastavam, em boa medida, para tornar públicas as ações e idéias políticas; hoje isto já não é verdadeiro. Cada vez mais a atividade política parece obrigada a transitar e ser exercida na dimensão pública da sociedade, através do trabalho mediador da moderna comunicação. E isto, por certo, acontece de maneira mais acentuada em países, como o Brasil, de tênue tradição democrática e frágil organização da sociedade civil.

Aqui se impõe uma questão essencial: a política já não controla de modo pleno a sua própria realização como atividade necessariamente pública. A complexidade da sociedade atual e o desenvolvimento de moderna comunicação, portadora do virtual monopólio da construção da dimensão pública social, subtraem na política o controle e o poder de se realizar como coisa pública. A contemporânea febre dos políticos em controlar aparatos sócio-tecnológicos de produção e difusão de bens simbólicos, em especial através de uma autoridade política de concessões de estações de rádio e televisão, encontra aqui uma inversa lógica. Ela sugere a percepção dos aparatos de comunicação como locais privilegiados de concentração de poder. De um poder de novo tipo, mas hoje indispensável e propício ao exercício da política. De um poder tão essencial, que, sem medo de errar, se pode afirmar: sem a democratização da comunicação não há como falar de democracia na complexa sociedade contemporânea.

Isto exige dos partidos de esquerda e do movimento social organizado uma compreensão apurada do significado da comunicação para a democracia

no mundo contemporâneo. Infelizmente esta sensibilidade política ainda é extremamente rudimentar no Brasil. Somente nos últimos tempos, devido a afron-tosa relação comunicação/política, a situação começou a se modificar. Alguns partidos, sindicatos e entidades da sociedade civil passaram a se interessar e tentar refletir e interferir nas ações e discussões acerca de políticas de comunicação. Com a transformação da comunicação mediática em personagem da política, esta atenção deve ser cada vez mais acentuada. Cabe a estes partidos e entidades democráticas tornar esta preocupação uma questão pública, efetivamente socializada e portanto relevante para a discussão política nacional e a atualidade da democratização brasileira.

O tema das políticas de comunicação e da democratização dos aparatos sócio-tecnológicos de comunicação deve ser amplamente discutido. Propostas devem ser elaboradas. Lutas realizadas. A sociedade deve atentar claramente para as essenciais relações hoje existentes entre democracia e comunicação. A clássica liberdade de expressão, enquanto direito individual, já não basta. É indispensável a compreensão de que o direito de comunicar - isto é, de ter acesso e transitar livremente na dimensão pública da sociedade - tornou-se um direito humano social e essencial, sem o qual a democracia contemporânea não passa de uma democracia formal. A luta pela transformação da sociedade, através da radical democratização de todos os espaços sociais não pode prescindir desta dimensão fundamental, sob pena de esquecer mesmo a democracia.

COMUNICAÇÃO, POLÍTICA E A QUESTÃO DA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

Obviamente o relacionamento entre comunicação e política não se limita à conexão propiciada pela dimensão pública. A luta pelo predomínio de uma determinada interpretação da realidade ocupa aqui um espaço cada vez mais importante. Se este conflito de interpretações sempre foi um componente da política, atualmente ele ganha importância crescente, inclusive porque a hegemonia, como já foi assinalado, é hoje o modo de realização dominante da política. Assim, a dimensão e o conflito de interpretações da realidade passam a ser momentos fundamentais da política contemporânea. Na moderna comunicação, o espaço por excelência do exercício deste conflito, não o único, é o jornalismo, este discurso da atualidade.

O tema da realidade torna-se obrigatório. O perigo é tratá-lo da maneira usual. A realidade não pode ser pensada como algo dado, petrificado, pronto e acabado. Nem a relação sujeito/"objeto" compreendida como uma relação de exterioridade, de entes constituídos e portanto distintos e fixados. A realidade é processo de/em constituição. Sujeito e "objeto" são polos interdependentes que se interpenetram necessariamente no movimento da existência e do conhecimento. Imerso na realidade, o sujeito sofre a ação de suas circunstâncias e simultaneamente age sobre elas. Atua de modo prático/simbólico, buscando o significado e simultaneamente atribuindo significado às coisas e, por consequência, constituindo a realidade. Através do trabalho físico/intelectual, recorta o contínuo do real, construindo sua diferenciação. Os interconectados processos de manipulação da natureza na produção de bens materiais e de nomeação das coisas elaborando bens simbólicos constroem socialmente a realidade, enquanto

complexa composição de elementos diferenciados. A realidade deixa de ser concebida naturalisticamente e passa a ser compreendida como alguma coisa que não aparece de imediato. Como algo a que só se tem acesso através de mediações, em especial da cultura. Enfim como algo em movimento e em construção.

A contemporaneidade também transpassa este processo de construção da realidade, impondo-lhe marcas particulares. No passado, o homem encontra-se inserido numa comunidade de vida e de discurso. Compartilha uma experiência coletiva - *Erfahrung* no dizer de Walter Benjamin -, fundamento de sua construção da realidade. Hoje só em parte a realidade é construída a partir de experiências efetivamente vivenciadas pelos indivíduos. Com a moderna revolução das comunicações, o "mundo" oferecido pelos aparatos sócio-tecnológicos de produção e difusão de bens simbólicos mais e mais passa a fazer parte da vida das pessoas. Elas são atingidas, em especial, pela simultaneidade e pela "presentificação" acionadas pelos meios audio-visuais.

Experiências "estrangeiras", acontecidas para além dos espaços sócio-geográficos de vida dos indivíduos, tornam-se componentes do "seu mundo". Através de uma tele-vivência - única possível para a realização desta proeza em termos sociais - o homem é colocado no mundo. Inserido imaginariamente no mundo, sua vida potencialmente se amplia, assim como sua realidade. Como esta expansão do mundo acontece centrada em uma vivência imaginária, não existe a possibilidade de um aspecto da realidade ser desmentido a não ser através de outra interpretação. Aqui a realidade não pode ser experimentada e se impor, sem mais. Ao mundo construído pela mediação dos meios somente se pode opor outro mundo produzido por uma interpretação diferenciada. Tão enganosa quanto a ideologia propagada pelos meios da neutra "reprodução dos fatos", é a espera messiânica de que um dia os "fatos se imporão".

COMUNICAÇÃO, POLÍTICA E IMAGINÁRIO DA SOCIEDADE

O processo de construção da realidade através dos meios de produção e difusão de bens simbólicos não se realiza apenas pela remissão a um acontecido. A constituição da realidade exige o acionamento de regras próprias de produção e dos estoques culturais disponíveis na sociedade. O intercâmbio entre o acontecido, as regras de funcionamento e estes estoques de imaginário social é parcela imanente do processo constitutivo do real. Logo, a construção da realidade é também e necessariamente uma construção imaginária. Mas se o imaginário da sociedade é mobilizado para a produção da realidade, esta, por sua vez, reconstitue os estoques culturais e conseqüentemente o próprio imaginário social.

As transformações ocorridas com a contemporaneidade, em especial nas comunicações, afetam de modo substantivo os procedimentos de formação do imaginário da sociedade atual. Antes o imaginário social derivava da longa sedimentação dos estoques simbólicos que caracterizavam uma sociedade. Hoje a tradição está esfacelada. Os modernos aparatos sócio-tecnológicos reciclam de forma continuada estes estoques culturais, retrabalhando em velocidade jamais vista o imaginário social. Esta transmutação foi percebida ainda no início de sua revolução tecnológica. Em pleno século XIX, Marx assinalou: "a imprensa diária e o telégrafo, que em um instante difundem invenções por todo o mundo,

fabricam mais mitos em um dia que antes se fazia em um século". O que dizer então diante da presença dos contemporâneos aparatos de produção e difusão de materiais simbólicos?

Além de participar dos procedimentos de construção da realidade e das utopias, tão necessárias à política, o imaginário é elemento presente na produção das "imagens" dos entes sociais, hoje indispensáveis à atividade política, como antes indicado. Óbvio que as "imagens" são produzidas por atos práticos e discursivos, mas a remissão deles ao imaginário da sociedade parece fundamental para ampliar a vigência e a efetividade política destas "imagens".

Se as modalidades sugeridas estão longe de esgotar as possibilidades de relacionamento entre comunicação, política e imaginário social, pelo menos são capazes de indicar a politização do tema do imaginário. Deste modo, deve-se compreender que as fantasias, os mitos, as aspirações e toda a constelação de elementos imaginários têm vigência não desprezível no jogo político contemporâneo. Infelizmente parece não ser esta a compreensão, teórica e prática, das esquerdas.

Bibliografia

- BOBBIO, Norberto e outros. **Dicionário de Política**. Brasília, UNB, 1986.
- CASTRO, Maria Ceres P. S. "Comunicação e política: uma abordagem teórica". Trabalho apresentado ao Grupo de trabalho "Comunicação e Política" no I Simpósio Nacional de Pesquisa em Comunicação, CBELA/ECA-USP, 1990.
- CERRONI, Umberto. **Teoria do partido político**. São Paulo, Ciências Humanas. 1982.
- COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci**. Porto Alegre, L&PM, 1981.
- FAUSTO NETO, Antonio. "O presidente da televisão". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, (11): 7-27, abr./jun. 1990.
- LIMA, Venício de Artur. "Televisão e política". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, (11): 29-54, abr./jun. 1990.
- NASCIMENTO, Elimar. **A universalidade de Gramsci**. Recife/Campina Grande. Centro Josué de Castro/UFPb, 1983.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas Rubim. **Comunicação e capitalismo**. Salvador, UFBa, 1987.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. "Comunicação, espaço público e eleições presidenciais". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, 9 (2/3/4): 7-21.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. "Comunicação e política: enigma contemporâneo". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, (11): 61-66, abr./jun. 1990.
- VIEIRA, Roberto Amaral A. e GUIMARÃES, César. "Meios de comunicação de massa e eleições (um experimento brasileiro)". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, (9): 147-158, 1989.
- WEBER, Maria Helena. "Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira". In: **Comunicação & Política**. São Paulo, (11): 67-83, abr./jun. 1990.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa, Presença. 1987.