

A política e sua relação com a mídia

GOMES, Wilson. 2004. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.

Érico Gonçalves de Assis¹

Brinca-se que Fernando Collor de Mello deveria receber um prêmio pelo tamanho de sua contribuição aos estudos da Comunicação no Brasil. O ex-presidente, primeiro eleito pelo voto popular após a ditadura militar, apresentou uma campanha eleitoral que trazia o estado-da-arte do *marketing* político ao País, com base em aulas de retórica argumentativa e técnicas de gerenciamento da imagem pessoal. E não só. Seu mandato deu prosseguimento ao espetáculo de *marketing*, alcançando uma apoteose midiática – o *impeachment* – até agora não superada na história política brasileira. Para explicar Collor, não bastava ficar na Ciência Política ou na Sociologia. A Comunicação tornou-se a vedete científica que daria conta desse fenômeno, dessa aberração, que era a nova forma de fazer política.

E realmente o fez. Os livros, artigos, dissertações e teses voltados para discutir a era Collor fomentaram e sedimentaram a interface entre Comunicação e Política como área em intenso desenvolvimento no País. Afinal de contas, é um interesse, ou assombro, típico da era moderna – o fato de que a Política, esse campo responsável por regular nossos impulsos e manter a racionalidade e a lógica soberanas, poderia combinar-se à Comunicação, terreno difuso, de emoções e manipulações, mesquinho, mercadológico.

Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa, obra do professor da UFBA Wilson Gomes, publicada em 2004, é resultado dessa primeira década e meia de debate teórico brasileiro na área. Uma obra atrasada, aliás. Gomes tem uma vasta produção científica, de mais de dez anos, sobre a comunicação na política, o que há muito tempo já lhe garantiu posição de liderança nesses estudos. O livro é, inclusive, uma reunião de artigos e capítulos de livros publicados pelo autor, atualizados e amarrados para constituir um percurso de problematização dos contrastes que surgem quando comunicação e política entram em choque.

Para pautar esse percurso, Gomes já lança, na introdução, duas categorias originais que tentarão equilibrar a análise: *hipermidiáticos* versus *hipomidiáticos*. A exemplo dos apocalípticos e integrados de Eco, o autor faz uma revisão crítica da literatura científica da área, apontando as tendências, respectivamente, de exacerbação e subestimação da importância das mídias nos processos sociais. Sem dúvida, os processos midiáticos têm tremenda relevância nas sociedades complexas contemporâneas, mas relacioná-los a tudo que o corpo social tem a mostrar é um grande reducionismo. Gomes carrega essa convicção ao longo do livro para balancear sua teorização. O primeiro capítulo, “O que há de comunicação na comunicação política”, já evidencia esse viés auto-reflexivo.

¹ Mestrando em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

Os capítulos, a partir daí, dividem-se entre dois eixos. Os primeiros buscam captar a política enquanto jogo de interesses, negociações, controles. Sai-se do universo das eleições, tema predileto de nove em cada dez trabalhos de comunicação política, para ver a comunicação penetrando também na área de sombras que é a política vista de dentro do governo. Do capítulo cinco ao oito, entra-se nas questões de gerenciamento de imagem, estratégia de propaganda e – no que provavelmente é a contribuição mais original e importante de Gomes – das lógicas de teatralização da política representada na mídia. O autor estabelece um rol de lógicas midiáticas que afetam a postura e as próprias decisões do cenário político. Mesmo que apresentado como hipótese, como um exercício filosófico que não é aplicado a exemplos empíricos, é um modelo explicativo que merece consideração por sua perspicácia e grau de síntese.

No último capítulo, Gomes faz um apanhado histórico do gerenciamento de imagem das lideranças políticas, de Luís XIV e Maquiavel aos dias de hoje, buscando fechar sua teoria da “Transformação da Política”. É este capítulo final que deixa evidente o sentimento do autor quanto à política nas mídias, que transparece em trechos ao longo do livro: o que temos é um jogo de mostrar e esconder, selecionando as aparências que serão mediadas e cortando o lado sem glórias. Não é por acaso que Erving Goffman, a grande referência teórica no gerenciamento da imagem, seja evocado nesta última análise do livro.

Se falta algo a *Transformações da política na era da comunicação de massa* é a consideração aos ambientes da política menos tradicionais, mas que assumem força crescente no panorama contemporâneo, como o dos movimentos sociais. É notável a influência que a comunicação tem assumido neste, tanto quanto dominou a política institucional.

Cabe mencionar também que, apesar do refinamento e da qualidade dos modelos teórico-filosóficos desenvolvidos por Gomes, essa modelagem nem sempre é feita com o amparo em ilustrações empíricas. Os primeiros capítulos são pontuados por fatos e recortes que exemplificam a teoria, enquanto os demais se encerram na teoria para pouco descer ao empírico.

Mesmo com essas ressalvas, o livro de Wilson Gomes é um dos trabalhos de maior vigor nas Ciências da Comunicação vistos em livro em anos recentes. É possivelmente a obra mais importante da área lançada no ano passado. E, cabe voltar a lembrar, uma obra que o professor Gomes estava devendo ao campo de estudos da Comunicação e Política. A dívida está muito bem paga.