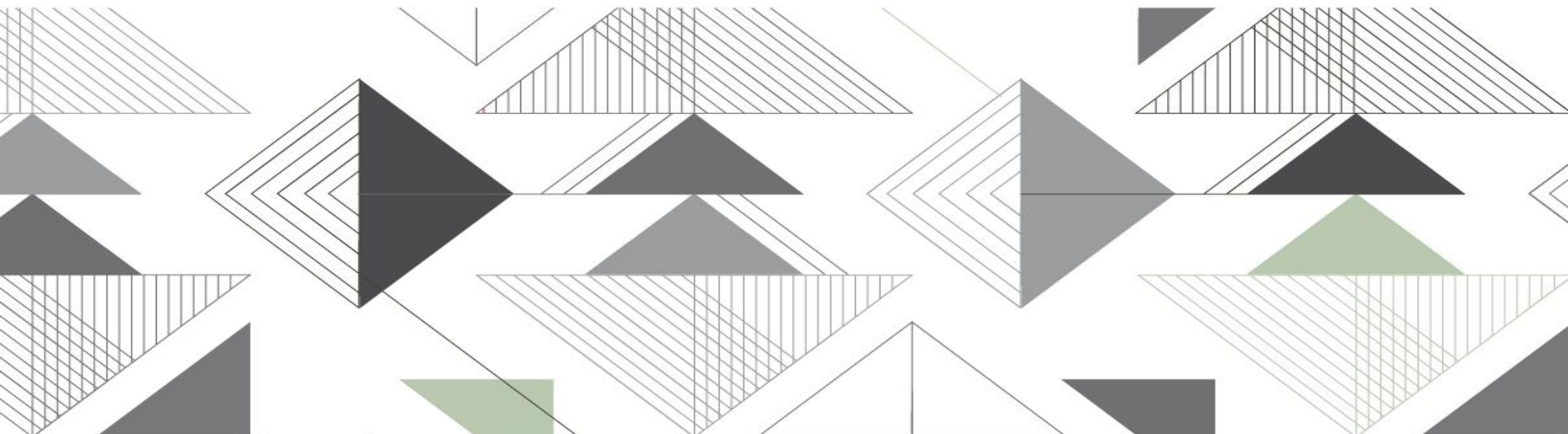


Comunicação Política e Pública

Cristiane Bernardes
CEFOR/ Câmara dos Deputados
INCT-DD





Condições enunciativas

- Condição de identidade
 - **QUEM TROCA COM QUEM?**
- Condição de finalidade
 - **ESTAMOS AQUI PARA DIZER O QUÊ?**
- Condição de propósito
 - **DO QUE SE TRATA?**
- Condição de dispositivo
 - **EM QUE AMBIENTE SE INSCREVE O ATO DE COMUNICAÇÃO?**




Enunciado jornalístico

1. Quem informa quem?
2. Informar para quê?
3. Informar sobre o quê?
4. Informar em que circunstâncias?



Construção da notícia

Não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade (Charaudeau, 2007, p.131).



Operações da mídia sobre a realidade social

Relatar o acontecido – fato ou dito relatado

- Descrição, explicação e reações

Comentar o porquê e o como do acontecimento – acontecimento comentado

Provocar o confronto de ideias – acontecimento provocado




Competição com quem?

Comentaristas externos servem para legitimar o próprio discurso da mídia, que se mostra como a campeã da “democracia direta”, em uma espécie de competição com a ágora política (Charaudeau, 2007, p.190).



Decisão coletiva

De fato, para que a decisão seja coletiva é preciso, inicialmente, que os diversos indivíduos que compõem o coletivo entendam-se para a elaboração de um projeto comum, decorrente de um objetivo comum, o que supõe a existência de um espaço de discussão onde se elabore esse projeto comum. Em seguida, é preciso que o compromisso de ação, sempre sob responsabilidade do coletivo, seja firmado por um seu representante. Finalmente, é necessário que os meios escolhidos também tenham sido discutidos, a fim de que se estabeleça qual deles deverá ser utilizado pelo representante. Por sua vez, esse representante é obrigado a prestar contas de seus atos perante a coletividade, que deve prever mecanismos de controle dos atos praticados por seus representantes (Charaudeau, 2006, p.18).



Poder simbólico e dominação legítima

O governo da palavra não é tudo na política, mas a política não pode agir sem a palavra: a palavra intervém no **espaço de discussão** para que sejam definidos o ideal dos fins e os meios da ação política; a palavra intervém no **espaço de ação** para que sejam organizadas e coordenadas a distribuição das tarefas e a promulgação das leis, regras e decisões de todas as ordens; a palavra intervém no **espaço de persuasão** para que a instância política possa convencer a instância cidadã dos fundamentos do seu programa e das decisões que ela toma ao gerir os conflitos de opinião em seu proveito (Charaudeau, 2006, p.21).

Dois componentes do poder político

debate de ideias: ancorado na linguagem, feito no espaço público, lugar onde se trocam opiniões

LEGITIMIDADE



COMUNICAÇÃO PÚBLICA

fazer político: ancorado na ação, feito no espaço político, onde se tomam decisões e se instituem atos

AUTORIDADE



COMUNICAÇÃO POLÍTICA



Discurso X Ação Política

O discurso político não esgota, de forma alguma, todo o conceito político, mas não há política sem discurso. Este é constitutivo daquela. A linguagem é o que motiva a ação, orienta e lhe dá sentido. (...) A ação política e o discurso político estão indissociavelmente ligados, o que justifica pelo mesmo raciocínio o estudo político pelo discurso (Charaudeau, 2006, p.39).



Instâncias do discurso político

- a) Lugar de governança – instância política e instância adversária – compostas pelos atores que têm o poder de fazer (decisão e ação) e o poder de fazer pensar (manipulação).
- b) Lugar de opinião – instância cidadã – lugar em que a opinião se constrói fora dos governos, composta por atores que buscam informação para julgar os programas. Produz discursos de reivindicação, de interpelação e de sanção.
- c) Lugar de mediação – instância midiática – se vale dos diferentes modos de mediação para unir instância política à instância cidadã.



Duplo dispositivo da instância midiática

- exibição (busca por credibilidade por meio das denúncias e da revelação do segredo)
- espetáculo (busca por cooptação por meio da dramatização)

Comunicação Política “é uma máquina de forjar discursos de legitimação que constroem imagens de **LEALDADE**, para a instância política; de **PROTESTO** para a instância cidadã, e de **DENÚNCIA**, para a instância midiática” (Charaudeau, 2006, p. 62-63).



Credibilidade X Legitimidade

CREDIBILIDADE: capacidade do sujeito de dizer ou fazer, questioná-la é questionar a pessoa, que precisa apresentar provas de poder dizer ou fazer.

LEGITIMIDADE: direito do sujeito de dizer ou fazer, questioná-la é questionar o próprio direito.



Tipos de legitimidade política


1. Filiação – sujeito deve ser bem nascido. Pode ser de ordem sagrada, social ou biológica;
2. Formação – sujeito precisa ter passado por instituições de prestígio e ser bem formado, isto é, ter uma formação profissional;
3. Mandato – tem origem na tomada de poder pelo povo, ou seja, é uma legitimidade representativa.



Estratégias discursivas do político

Dependem de vários fatores:

- Da identidade social do político;
- Da maneira como ele percebe a opinião pública;
- Do caminho que ele faz para chegar até a OP;
- Da posição dos outros atores políticos, parceiros ou adversários.



Necessidades do discurso político

- a) Visibilidade – acesso à cena pública;
- b) Gerenciamento de imagem – possibilidade de sedução;
- c) Legibilidade – possibilidade de compreensão.



Esquizofrenia cidadã

Desse modo, o cidadão é colocado em uma posição esquizofrênica: ele é expectador de combates que envolvem o ideal político e ao mesmo tempo lhe é dada a ilusão de ser ator que intervém nas mídias de diferentes formas; é pedida sua opinião, mas ele jamais pode discuti-la; seria desejado que se exprimisse racionalmente, mas só suas emoções são solicitadas. Além do mais, as mídias incitam a instância cidadã à impaciência. Ao selecionar as notícias em função do que é julgado mais evidente na atualidade, interpelando os políticos e destacando a sua impotência ou sua procrastinação, elas incentivam a instância cidadã a pedir resultados com urgência, ao passo que se sabe que o tempo da ação política e jurídica não é o das mídias, que trabalham no efêmero (Charaudeau, 2006, p.295).



Comunicação Pública

- comunicação organizacional - o fluxo de opiniões e informações e entre organizações e públicos;
- comunicação científica - divulgação científica;
- comunicação governamental - prestação de contas do governo e formação da agenda pública;
- comunicação política - expressão de opiniões políticas por partidos e atores políticos;
- comunicação comunitária - forma de assegurar o direito à informação e à comunicação.



Comunicação Pública

Conceito de Elizabeth Brandão (2007)

“Um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”.




Comunicação Pública

Pierre Zémor (2009)

“As empresas podem mudar de clientes, mas as instituições públicas não podem mudar de cidadãos”.

“Para brilhar fora é preciso limpar por dentro. É preciso transparência na maneira como funcionam as instituições”.

“A comunicação pública não é apenas a publicidade e a mídia, mas a relação com o cidadão. A comunicação deve ser incluída na política pública”.



Funções da Comunicação Pública

- a) ouvir as demandas, as expectativas e as interrogações do público;
- b) estimular e fortalecer o debate público;
- c) informar adequadamente o público - noticiário abrangente e contextualizado e prestação de contas sobre os serviços prestados pela instituição;
- d) contribuir para assegurar e fortalecer as relações sociais - sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator social e político;
- e) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social;
- f) alimentar o conhecimento cívico.