

Democracia representativa e o princípio da alternância no poder: das sociedades de massa às sociedades midiaticizadas

REJANE VASCONCELOS CARVALHO*

O termo “sociedade de massas”, ainda que não seja uma nomeação consensual, reporta-se às grandes mudanças nas sociedades políticas modernas que são assim resumidas por Sartori (1994): a magnitude do tamanho da população; aceleração do tempo; proporção da velocidade da mobilidade horizontal da população. Ressalto outros elementos mais recentes: o suporte tecnológico das formas de comunicação audiovisual e a expansão de múltiplas formas de sociabilidade “on line” da internet, que revolucionaram e aceleraram substancialmente os processos de produção e consumo simbólico.

A democracia representativa emerge historicamente como forma “realista” de compatibilizar as novas condições sociais com a participação do povo na esfera política. Sem fixar-se na discussão de valores, sua pretensão é estabelecer normas e procedimentos dos quais dependeriam o funcionamento de sociedades políticas reconhecidas como democráticas. A “vontade popular”, base de legitimação dos regimes democráticos materializa-se no número de votos atribuídos pelos cidadãos aos candidatos a cargos políticos, sendo os vencedores definidos pela aplicação da “regra da maioria”.

Nas democracias representativas os processos políticos incluem duas instâncias: a *eleitoral*, em que todos os membros da sociedade considerados aptos, são convocados a participar através do voto para a escolha de seus representantes; e a *instância da governança*, na qual os eleitos ocupam os lugares de deliberação e gestão dos assuntos perti-

* Sócia efetiva do Instituto do Ceará.

nentes à vida da coletividade. O “modelo agregativo”, em que a adição de votos individuais é considerada a expressão real e livre da vontade popular, apesar de predominante nos países ocidentais modernos, é objeto de críticas não apenas de cientistas políticos, mas dos homens comuns, cujas visões negativas sobre a política e os políticos têm sido regularmente detectadas em pesquisas não apenas do Brasil, mas em vários outros países.

A limitação da participação política do povo aos procedimentos meramente formais e episódicos das eleições, ficando o exercício efetivo do poder em mãos dos eleitos, que tenderiam a se organizar como “classe política” movida por interesses próprios, implicaria na negação do princípio da legitimidade das democracias representativas.

As críticas denunciam a ênfase aos aspectos meramente formais da democracia representativa em detrimento da discussão sobre a manutenção dos valores cujas raízes se fincam na Grécia do século V a C: *igualdade* entre os que participam como cidadãos dos debates e deliberações na esfera pública, e *liberdade* de expressão de pensamentos e opiniões na busca dos melhores argumentos para a produção de um consenso racional.

Existem saídas possíveis para enfrentar o paradoxo entre “realismo” e “idealismo” políticos? Entre visões descritivas e ou prescritiva da política? Como adequar o pluralismo das sociedades modernas à definição de foma democrática do “bem comum”?

As Novas Teorias Normativas¹ pretendem compatibilizar as condições estruturais das sociedades ocidentais contemporâneas ao exercício democrático do poder político propondo modelos que, sem abandonar os valores clássicos da liberdade e igualdade, incorporariam as tendências ao individualismo e do pluralismo admitidos como valores que atravessam e complexificam a tessitura da vida social. Argumenta-se que não há como separar **o que a política é dos ideais que a constituíram como tal**. E mais, que o jogo político não se realiza sem que os participantes estabeleçam e aceitem suas regras, o que implica em última instância na partilha de valores subjacentes às próprias regras.

¹ A expressão “Nova Onda de Teoria Política Normativa” é utilizado por Chantal Mouffeno texto , *Por Um Modelo Agonístico de Democracia* para designar a tendência à crítica do abandono da dimensão moral da democracia representativa inaugurada por John Rawls em sua obra publicada em 1971, *A Theory of Justice*

Sem pretender um aprofundamento teórico apresento sinteticamente duas formulações teóricas sobre democracia em “sociedades de massa” que ilustram a pretensão de articular pragmatismo e normativismo, ressaltando o lugar que é atribuído à existência de competitividade política e, portanto, de possibilidade de alternância no poder como princípio básico de manutenção dos valores democráticos.

A primeira, de Chantal Mouffe,(2005) por ela nomeada *modelo agonístico de democracia*, requer o entendimento de que o poder é constitutivo de relações sociais e que a dimensão antagônica que decorre do pluralismo de valores não pode ser eliminada através de fórmulas consensuais.

Para a autora, qualquer ordem política é a expressão de uma hegemonia, de um padrão específico de relações de poder e por consequência “a prática política não pode ser entendida como simplesmente representando os interesses de identidades pré constituídas, mas como constituindo essas próprias identidades em um terreno precário e sempre vulnerável.” (MOUFFE, 2005: p. 19). A natureza constitutiva do poder imporia assim o abandono do ideal de uma sociedade como um mundo de perfeitas harmonias e transparências admitindo-se que o caráter democrático de uma sociedade “só pode ser dado na hipótese de que nenhum ator político possa atribuir-se a representação da totalidade ou ter controle absoluto sobre sua fundação” (MOUFFE, 2005: p. 19).

Mouffe recorre à distinção entre **o político**, *dimensão antagônica inerente às relações sociais* e **a política**, que *abrangeria o conjunto de práticas, discursos e instituições que procuram estabelecer uma certa ordem e organizar a coexistência humana cujas condições são sempre conflituais porque afetadas pelo político*. (MOUFFE, 2005: p. 20). Nestes termos, a política buscaria sempre a criação da unidade possível em um contexto de conflitos e diversidades, através da criação de um “Nós” em oposição a um “Eles”. A novidade da política democrática não estaria na superação de um “Nós” versus “Eles”, mas no estabelecimento de uma discriminação compatível com a democracia. A via proposta é a do “pluralismo agonístico”, no qual “Eles” não são considerados inimigos a serem destruídos, mas adversários, *cujas ideias devem ser combatidas, mas cujo direito de defendê-las é inquestionável*. A tolerância, princípio liberal definidor da política democrática moderna, consistiria no reconhecimento de pontos de vista dos quais discordamos, mas que podem ser

expressos por adversários legítimos, com os quais se partilha os princípios éticos da democracia liberal: liberdade e igualdade. No entanto, persiste a discordância sobre o sentido e a implementação desses princípios que para Mouffe não encontra seu desfecho na deliberação racional. Pactos ou compromissos são possíveis, e fazem parte do cotidiano da política, mas são considerados interrupções temporárias em um processo de confrontação contínua. Nesta perspectiva “a tarefa principal da política é transformar o antagonismo em agonismo de modo a, sem eliminar as paixões da esfera do público, mobilizá-las em prol de desígnios democráticos” (MOUFFE, 2005: p. 21). Longe de se configurar como risco, o embate de posições políticas é admitido como especificidade da democracia moderna à medida que legitima o conflito, recusando-se a suprimi-lo pela imposição de uma ordem autoritária.

A segunda posição teórica é exposta por Sartori (1994) em *A Democracia Revisitada*. Sua principal crítica é reservada à concepção de democracia como direito da maioria que não seja contrabalançado ou controlado pelos direitos das minorias. O controle funcional do poder da maioria possibilita que as minorias possam se tornar maioria e vice-versa, fundamentando o jogo político democrático na competição, sendo a perspectiva da alternância do poder assumida como regra básica que motiva os “jogadores”.

O autor recorre à analogia economia econômica para a compreensão da política como “mercado”, espaço onde se estabelece a competição dos partidos e candidatos pela adesão dos consumidores políticos. Apropria-se do termo “poliarquia”, cunhado por Dahl (1971) para ressaltar as peculiaridades das democracias contemporâneas, na quais a linha divisória entre governantes e governados se mantém, assumindo, entretanto, uma forma mais fluida, que possibilita deslocamentos e recomposições. Para Sartori, o processo democrático tem seu ponto de culminância na realização de eleições, momento em que o povo é o protagonista das decisões, e nesta condição reverenciado pelos que disputam sua adesão. Qual a gênese da vontade coletiva e da opinião pública que as eleições se limitariam a registrar? A resposta que oferece à indagação posta por ele próprio é que o voto envolve uma experiência pré-eleitoral, ou seja, as condições em que o cidadão obtém informações sobre a política e é exposto aos formadores de opinião. As eleições são consideradas um meio para chegar ao “governo de opinião”, cujo principal atributo seria a

sensibilidade às demandas dos governados. O conceito de opinião pública que propõe é compatível com a concepção de *poliarquia*: “um público ou uma multiplicidade de públicos, cujos estados de espírito difusos (opiniões), interagem com fluxos de informações relativas ao estado da res pública.” (1994: p. 125) A opinião pública é considerada uma expressão dos processos modernos de constituição de uma esfera pública ampliada, que pressupõe meios técnicos que permitem que a comunicação política ultrapasse o contato presencial, ou face a face, entre políticos e cidadãos, ao romper as fronteiras do tempo do espaço, alcançando a cada um, com a pretensão de falar a todos. Ou seja, o fenômeno da “opinião pública” é coexistente aos processos mediados de comunicação (jornais, rádio, televisão e, mais recentemente, a internet).

Sartori qualifica como equivocada a tese, defendida por Mouffe de que a base da democracia é o conflito, porque se perderia de vista o essencial: o dissenso, a oposição, políticas adversárias, são noções que só adquirem valor positivo no contexto do pluralismo, isto é, da concepção pluralista da sociedade e da história.

“A teoria da democracia deriva sua matriz pluralista de um processo dinâmico de consenso, baseado no princípio de que o que for considerado justo ou verdadeiro, deve suportar a crítica e o dissenso, e ser revitalizado por eles. (SARTORI, 1994, p. 131).

Sartori considera a competição e a competitividade como condições fundamentais ao funcionamento da democracia representativa à medida que tornam possível que as eleições tenham implicações que superam a condição de mero “arranjo institucional” no qual o poder do povo de decisão pelo voto de quem serão os mandatários esgota-se no próprio momento em que esse direito é exercido. Para ele as eleições têm implicações que derivam do que nomeia como regra das “consequências antecipadas”, ou seja, “autoridades eleitas em busca de reeleição, em uma situação competitiva, são condicionadas em suas decisões pela antecipação ou expectativas de como o eleitorado irá reagir ao que elas decidem”. *A retroalimentação competitiva* tornaria a democracia um subproduto do método competitivo de renovação de lideranças que exige que os eleitos sejam sensíveis ao poder dos que os elegem. Tal concepção permitiria compreender como as democracias em larga escala funcionam, admitindo que elas sejam mais que uma simples adição de “pequenas democracias”, mas, “um sistema de retroalimentações, de reações em cadeia”. (SARTORI, 1994, p. 209).

O entrelaçamento entre “realismo” e “idealismo” o conduz a reconhecer que, a democracia que temos não é a melhor que podemos ter, nem esgota as possibilidades de busca de seu aperfeiçoamento. No entanto afirma ser falsa a suposição de existam duas teorias alternativas da democracia: a clássica e a competitiva. A primeira que versa sobre os princípios e valores democráticos, e a segunda, meramente operacional. Seu argumento é que não há escolha possível entre uma ou outra, já que nas democracias em larga escala os seus operadores são obrigados a competir frente a frente em um mercado consumidor. Partilha com Robert Dahl, a preocupação central em buscar um reforço pluralista que promova o aperfeiçoamento das democracias representativas, embora discorde que palavra *democracia* se reporte a um sistema ideal, e que na aproximação do mundo apenas o termo “poliarquia” seria aplicável. Para Sartori, o termo democracia traz em si uma dupla referência, ao mundo real (dimensão descritiva) e ao mundo ideal (prescritiva), e a importância das análises políticas reside em focar as formas como os ideais afetam o mundo real e reciprocamente como o mundo real acolhe, mas também decepciona os ideais. O autor pretende desatar o nó da “democracia vertical” em sua dimensão normativa, recorrendo ao já mencionado modelo da retroalimentação eleitoral, nomeado de poliarquia eleitoral, cujo pressuposto é a existência da regularidade de eleições periódicas.

O ponto central da democracia poliárquica eleitoral é restringir e controlar a ação dos líderes, através da ação do *demos*. É a ideia de *eleição* que estabelece a conexão entre *competição e competitividade*. O ato de votar relaciona-se ao processo de retroalimentação que permite ao eleitor um poder que se estende aos períodos inter eleitorais. A democracia em larga escala apo ia-se em procedimentos que tenderiam a gerar uma *poliarquia aberta* cuja competição no mercado eleitoral atribui poder ao povo e estabelece especificamente a responsividade dos líderes sobre os liderados. Sartori considera que o retorno das teses da democracia direta como resposta aos males da democracia representativa é equivocado por não levar em conta os valores modernos do individualismo liberal, não distinguir diferenças de escala existentes entre as micro e as macro democracias, e principalmente por não equacionar como a passagem entre uma e outra escala pode se efetivar. A teoria competitiva da democracia para Sartori trata somente do sistema principal, o Estado democrático,

nível vertical da política que o autor distingue do nível difuso, argumentando que se o agente da imposição da força, o Estado, não for uma democracia, então todas as “microdemocracias” seriam insustentáveis. As “microdemocracias” só sobreviveriam como partes de uma unidade global que, para o autor, é sempre a democracia indireta articulada a processos verticais. Na busca de simetria entre a definição descritiva e prescritiva de democracia Sartori chega ao que considera conceito axiológico de “poliarquia seletiva”:

“A democracia deve ser um sistema seletivo de minorias concorrentes eleitas. Seu argumento central é que a igualdade de méritos beneficia a sociedade como um todo e a igualdade em deméritos é prejudicial à coletividade”. (SARTORI, 1994, p. 223-234).

A poliarquia eleitoral pressupõe, para Sartori, partidos políticos definidos na sua expressão mais simples como “qualquer grupo político capaz de apresentar candidatos a cargos públicos em uma eleição”. A competitividade política exige, para ele, a existência de sistemas multipartidários, ou seja, que diferentes partidos disputem entre si os votos que lhes garantam a permanência no mercado eleitoral e/ou a possibilidade de impor ou exercer influência na implementação de políticas de governo.

A breve incursão às posições teóricas de Chantal e Sartori é suficiente para ressaltar que, sob diferentes argumentos, ambos concordam que a competitividade e a perspectiva de alternância no poder, são condições necessárias a defesa de qualquer modelo de democracia representativa com pretensões normativas.

Retomo neste ponto a indagação subjacente ao título deste texto: os padrões de competitividade eleitoral são afetados pela dinâmica de funcionamento das esferas política midiaticizadas?

Apenas superficialmente Chantal toca na “política de identidade”, como forma de personalização que degradaria as disputas políticas. Sartori vai mais além, ao admitir que o conceito de “imagem” tem sido pouco desenvolvido no âmbito teoria política, embora reconheça que “os partidos (e eu acrescento, os candidatos) se comunicam com os eleitores de massa pelas imagens partidárias e que grande parte de suas estratégias relacionam-se como a formação de imagens adequadas ao público do qual esperam votos.” (SARTORI, 1994, p. 360).

Proponho o termo *sociedade midiaticizada* como substitutivo de *sociedade de massa* porque com ele o foco da análise é direcionado para

os novos processos de representações da “realidade política” que tendem a se autonomizar das experiências vivenciais diretas passando a ser predominantemente modeladas pelas formas de comunicação midiática.

Régis Debray (1994) defende a tese de que o estudo da eficácia simbólica não dispensa o estudo das mediações materiais que permitem a um símbolo se inscrever, se transmitir, circular e perdurar nas sociedades dos homens. Para ele uma “logística da dominação” não se desvincula de uma “logística dos símbolos”, o que é considerado ainda mais verdadeiro para o poder em sua forma democrática, que se fundamenta na obrigação de persuadir, de conquistar adesão dos dominados para ser legitimamente exercido. Segundo o mesmo autor, os processos midiáticos não inventaram o *fazer acreditar político*, mas certamente reciclaram suas funções perenes, ou seja, as estratégias que os maquinismos variáveis tornam possíveis:²

No caso brasileiro, o processo de midiaticização da comunicação política atingiu sua plenitude na fase de redemocratização (década de 1980). A “Campanha das Diretas Já”³ foi o primeiro grande experimento de mobilização nacional efetivado sob os moldes da comunicação audiovisual e sob a regência de publicitários responsáveis pela criação de roteiros, “slogans”, trilhas sonoras que se incorporaram a memória política dos brasileiros.

A hipótese que levanto é que a midiaticização dos processos eleitorais no Brasil⁴ afetaram os padrões de competitividade de modo especial das campanhas eleitorais majoritárias, tanto no plano das disputas presidenciais como nas eleições para governos estaduais e prefeituras das grandes metrópoles. (excluo desta análise as campanhas parlamentares que se regem por parâmetros distintos de comunicação e competitividade entre candidatos e partidos).

² O autor propõe que uma disciplina específica, a Midiologia, definida como “o estudo das mediações pela quais uma idéia se torna força material, mediações de que os nossos meios de comunicação de massa são apenas um prolongamento tardio e invasor” (DEBRAY. *Curso de Midiologia Geral*, 1993, p.14).

³ Ver texto de minha autoria “Cenários e Personagens da Transição Democrática Brasileira”, publicado na Revista do Instituto Histórico do Ceará, ano 2007.

⁴ Vale ressaltar e especificidade das campanhas eleitorais no Brasil em que partidos e candidatos se apresentam em programas com horários fixos na TV e rádio. A propaganda obrigatória regulada pela Justiça Eleitoral HGPE possibilita formatos multifacetados dos discursos políticos.

Entre os pontos de mutações destaco: a) centralidade das “imagens” dos candidatos em relação a dos partidos políticos nos processos de produção das campanhas eleitorais. O embate de ideias e de programas de governo não desaparece, mas é submetido ao crivo do “ethos”⁵ ou imagens dos candidatos, construídas não apenas *pelo que é dito* mas principalmente pelo *como é dito* e por *quem é dito*, deslocando a persuasão dos melhores argumentos para o da potencialidade de “fazer acreditar” que aqueles que falam suscitam em sua audiência; b) uma forte hibridação do discurso político por múltiplos gêneros discursivos, tornando-o menos esotérico, mais coloquial, passível de ser acolhido pelo homem comum ao se reportar às aflições e sonhos de seu cotidiano enraizando-se no imaginário político coletivo; c) uma política de imagem bem-sucedida, apoiada em uma simbólica forte traduzida em formas de ação que a alimentam, tende a inaugurar ciclos políticos relativamente longos, em que um personagem ou um grupo político se mantém no poder através de vitórias eleitorais sucessivas alcançadas em campanhas com reduzido nível de competitividade entre os candidatos. Este fenômeno tem sido reconhecido pela mídia como sinônimo de uma “Era” que carrega a “imagem marca”⁶ de quem a personifica.

Vale lembrar que na América Latina a perspectiva de manter-se no poder detectada na mensuração dos índices de popularidade alcançados pelos governantes tem incentivado nas últimas décadas manobras políticas que resultaram em mudanças na legislação eleitoral que introduziram o estatuto da reeleição para um segundo mandato, pairando no ar a tentação e a suspeita (ameaçadoras) de tornar ilimitado o número de re-eleições de um mesmo candidato sob o argumento de atender à vontade do povo. Essas novas formas de continuidade são ressignificadas positivamente como desejáveis e desejadas pelo povo, distintas assim da reedição de manobras autoritárias ou golpistas que historicamente interromperam a democracia no continente latino-americano instaurando regimes ditatoriais. As novas formas de continuidade se diferenciariam também

⁵ O conceito de “ethos” formulado por Maingneau na perspectiva teórica da Análise do Discurso.

⁶ O conceito de imagem marca no âmbito da política de imagem reporta-se ao processo intencional, planejado, de construção do perfil de personagens a serem postos em circulação na esfera pública mediática, e que pretendem distinguir-se na conquista de afetos positivos dos destinatários conduzindo-os a uma “escolha” ou adesão face às ofertas simbólicas dos concorrentes.

das versões estigmatizadas de continuísmo, vinculadas ao oligarquismo político, alimentado pela fidelidade de clientelas políticas;

A passagem de situações de não competitividade para a de competitividade em campanhas eleitorais assinala o esgotamento da força simbólica da “imagem marca” que dava sustentação ao um ciclo político até então vigente. As energias dos competidores são mobilizadas na busca de outras simbólicas que suscitem o “fazer acreditar”, que reacendam as esperanças coletivas em um futuro melhor. A simbólica das mudanças é declinada de múltiplas formas pelos candidatos em esforços de distinção nem sempre bem-sucedidos. Nestes casos existe a possibilidade de que se instalem ciclos mais ou menos longos de campanhas competitivas em que as fronteiras simbólicas entre os competidores parecem borradas, tornando a escolha dos eleitores um processo volátil, com oscilações de preferências detectadas pelas pesquisas, que tendem a adiar as decisões para o segundo turno, no qual a diferença de votos entre os disputantes pode ainda persistir baixa.

Vale ressaltar que o princípio de alternância do poder, reconhecido como fundamento basilar das democracias representativas, nunca é inteiramente suprimido mesmo quando ciclos políticos de longa duração pareçam negá-lo na prática. Ou seja, as salvaguardas que sustentam a potencialidade da alternância são buscadas em normas da legislação eleitoral que minimizem as condições de desigualdade entre os candidatos. Os dispositivos legais que pretendem separar as ações de governo e atividades de campanhas dos candidatos à reeleição, no entanto, permanecem sempre problemáticos, tornando-se objeto de constantes questionamentos. Dificilmente um governante candidato deixa de estar na lista dos concorrentes mais fortes, e a probabilidade de sua reeleição é em geral muito alta. No Brasil, nas condições atuais, um governante que não se re-candidata ao mesmo posto, ou pretende alçar voos políticos mais altos, passa um atestado público de autorreconhecimento de fracasso de sua gestão.

Evidentemente que a duração de um ciclo político pode ultrapassar os oito anos consecutivos de gestão de um candidato re-eleito na vigência da atual legislação brasileira. Neste caso, a continuidade dependeria do preenchimento de uma das duas condições: a) a imagem positiva do governante em exercício é tão forte que qualquer candidato por ele indicado para sucedê-lo será vitorioso; b) a imagem marca positiva não é

exclusiva do governante, mas atribuída a entidades coletivas, tais como partidos ou grupos políticos. Neste caso é possível a permutabilidade na indicação dos candidatos sem que ocorram alterações relevantes nos resultados eleitorais. Estas são evidentemente situações limite, que tendem a ser na realidade muito mais complexas.

Considerando a hipótese levantada de que a longevidade política nas esferas públicas mediatizadas vincula-se às possibilidades de que candidatos a postos políticos majoritários acionem processos de produção de marcas políticas fortes, desenvolvo no tópico uma breve exposição sobre o conceito e tipologias de imaginários sociodiscursivos propostos por Patrick Charaudeau que se constituem o solo onde se enraízam e se nutrem os discursos políticos que potencialmente mobilizam em seus destinatários sentimentos vigorosos de valores, crenças e sentimentos partilhados que se traduzem em votos .

Imaginários de verdade e discursos políticos

As disputas eleitorais majoritárias são momentos em que, de forma mais explícita, são mobilizados pelos candidatos elementos do imaginário social que possam suscitar nos eleitores afetos positivos que os credenciem à conquista de votos. Ou seja, o poder simbólico definido por Bourdieu (1982) como capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças dos outros, e na verdade, de criar acontecimentos, através da produção e transmissão das formas simbólicas é, de forma especial, acionado nas campanhas eleitorais. Isto porque nas democracias liberais o campo político é caracterizado por uma dupla e distinta lógica: de um lado os representantes políticos são membros do subcampo político institucional no qual suas lutas cotidianas são movidas por uma lógica própria, por exigências de lealdade partidária, de construção de coalizões e formas discursivas esotéricas aos “profanos”; de outro, como pessoas eleitas, os representantes políticos estão ligados ao campo político mais amplo de cidadãos, ou não profissionais da política, de cujo apoio dependem para conquistar ou manter posições de mando.

Patrick Charaudeau distingue dois níveis implicados na ação política: a instância política, que é delegada, assume a realização da ação política (gestora dos negócios do Estado) e a instância cidadã, que está

na origem da escolha dos representantes do poder. A contradição entre a instância política, que é de decisão e execução, deve agir em função do possível, e a instância cidadã a que elege candidatos para realizar o desejável, ganha contornos nítidos nas campanhas eleitorais e nas formas de comunicação que lhe são peculiares. Os discursos eleitorais em busca de adesão da “instância cidadã” deslizam no plano da ambiguidade das promessas de um mundo desejável que, no entanto, devem ser percebidas como de realização possível, o que implica a crença de que os que prometem detêm vontade, condições e meios para viabilizá-las.

Patrick Charaudeau formulou o conceito de “imaginários políticos sócio discursivos” para reportar-se aos saberes, ou representações que constroem discursivamente a “realidade política” como um universo de significações:

“À medida que os saberes enquanto representações sociais, constroem o real como universo de significações segundo o princípio da coerência, falaremos de imaginários. E tendo em vista que estes são identificados por enunciados linguajeiros produzidos de diferentes formas, mas semanticamente reagrupáveis, nós os chamaremos de imaginários sócio discursivos.” (CHARAUDEAU, 2006, p. 203).

Os discursos políticos são reconhecidos em sua dimensão pragmática, ou seja, considerados práticas sociais constitutivas da própria “realidade política” na qual se entrelaçam “saberes de conhecimento”⁷ e “saberes de crença”, subjacentes às decisões e julgamentos que determinam vitórias e derrotas em batalhas eleitorais. Os imaginários são representações da realidade que não pode ser apreendida em si mesma, pressupondo a mediação de interpretações que a inscrevem no universo dos fenômenos culturais, ou seja, de significações e valores socialmente construídos.

A realidade nela mesma existe, mas não significa. A significação da realidade depende de uma dupla relação: a relação que o homem man-

⁷ Os “saberes de conhecimento” visariam estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo, enquanto os de “saberes de crença” são procedentes de avaliações sobre os mesmos. Ambos estruturam as representações sociais, mantendo entre si fronteiras permeáveis, de modo especial nos campos da “realidade política”, em que os propósitos persuasivos tendem a fazer passar uma “verdade de crença” por “verdade de conhecimento”.

tém com a realidade por meio de sua experiência, e a que estabelece com outros para alcançar o consenso de significação. A realidade tem que ser percebida pelo homem para significar. (CHARAUDEAU, 2006).

Nesta perspectiva, o conceito de “imaginário” não se estabelece em oposição ao verdadeiro, o sentido nele investido não é nem verdadeiro nem falso, à medida que o que nele se reflete e se inscreve é a visão do homem sobre o mundo social na ordem do verossímil, ou seja, do que é possível ser considerado verdade. Daí a indagação posta por Charaudeau: *como considerar que o homem construiria percepções significantes sobre o mundo se ele não as tivesse como verdadeiras?*

Admitindo que nos discursos políticos valores e crenças se encontram em concorrência, a principal questão a ser posta pelo analista seria: qual a “força de verdade” que os caucionam, fazendo variar seus graus de eficácia?

De modo especial na política haveria menos um “ser verdadeiro” do que um “crer verdadeiro”, daí a importância do encaixe dos discursos políticos nos arquivos simbólicos dos imaginários sociais e políticos. Na impossibilidade de garantir uma força de verdade que emane de uma suposta essência de verdade, o que resta ao analista político é principalmente identificar os “efeitos de verdade” dos discursos políticos que se traduzem em adesão ao que é dito a partir do crédito reconhecido a quem fala e das condições sociais de produção discursiva que tornam crível o que é dito. Charaudeau propõe que os discursos políticos sejam agrupados a partir dos valores que os legitimam, filiando-os aos grandes tipos de imaginários sociodiscursivos vigentes na cultura ocidental que de forma recorrente alimentam a dramaturgia política: o imaginário da “tradição”, da “modernidade” e da “soberania popular”.

O discurso característico do imaginário da tradição é sintetizado pelo mesmo autor como o da busca de uma identidade coletiva cultuada em símbolos, mitos fundadores, narrativas de glorificação de um passado a ser preservado ou revivido. O imaginário da tradição “supõe um operador simbólico que, mediante a filiação, remete a uma paternidade primordial, arquetípica, que confere legitimidade em decorrência da origem.” (CHARAUDEAU, 2006, p, 214). Os discursos políticos nacionalistas ou regionalistas, que contrapõem um “nós” a um outro “estrangeiro”, são ilustrativos do imaginário da tradição. Os valores sustentados são: a natureza; a pureza; a fidelidade; a responsabilidade.

O imaginário da modernidade remete ao confronto simbólico entre presente e passado: “abrange um conjunto de representações que os grupos sociais constroem a propósito da maneira como percebem ou julgam seu instante presente, em comparação com o passado, atribuindo-lhe um valor positivo, mesmo quando o criticam” (CHARAUDEAU, 2006, p. 217).

O passado é percebido como uma “era de obscurantismo”, herança pesada a ser descartada, com a introdução de novos modelos de pensamento e comportamento. A ideia de progresso, que domina o imaginário da modernidade, como afirma Charaudeau, engendra dois tipos de discurso: o econômico e o tecnológico, ambos centrados nas representações que as sociedades fazem sobre as maneiras legítimas de gestão da vida coletiva do ponto de vista da produção e da repartição das riquezas. Embora reivindique para si os princípios da realidade e da razão, em oposição à paixão, Charaudeau considera que o imaginário da modernidade é tão idealizado quanto os demais, à medida que institui discursos com “valores de verdade”. A ênfase valorativa recai sobre crença na capacidade da ação humana de transformar o mundo com seu pensamento (conceitos), sua mão e suas novas ferramentas (criação tecnológica) Sua máxima moral é o realismo utilitário “de que nada adianta sonhar com fins ideais se não se dispõe de recursos para atingi-los.” (CHARAUDEAU, 2006, p. 222-226).

O imaginário da “soberania popular” abrange representações sobre uma entidade que transcende aos indivíduos, o povo, consagrado como fonte originária do poder político que apenas em seu nome e para o seu bem poderá ser exercido.

A noção de democracia sustenta-se neste imaginário em que o povo é “erigido como entidade abstrata da razão, representante de uma opinião pública consensual, resultante de uma deliberação ao longo do qual foram confrontados pontos de vista diferentes para chegar a uma opinião dita majoritária que se imporia a todos” (CHARAUDEAU, 2006, p. 227).

O adágio “a voz do povo é voz de Deus” ilustra o deslocamento da origem da sabedoria e da transcendência do plano sobrenatural para o natural, sem que desapareça inteiramente a dimensão de sacralidade da ordem social¹⁸ encarnada nos valores da justiça que emanariam da lei, cujo fundamento último seria a “vontade geral”.

¹⁸ A categoria Povo é tomada como equivalente a de uma divindade.

O imaginário da “soberania popular” acolheu ao longo da história, discursos de matrizes valorativas distintas. Os discursos do direito à identidade, o do igualitarismo e da solidariedade, trazem embutidos em si a semente de uma polêmica sempre presente na política: como conciliar direitos, deveres e interesses antagônicos entre indivíduos e grupos específicos em nome de um interesse coletivo?

Os processos de comunicação midiática (com ênfase na televisiva) entre políticos e eleitores, predominantes nas atuais campanhas eleitorais, ao ampliar seu raio de alcance no tempo e espaço, atingem uma audiência diversificada, exigindo que os discursos políticos assumam uma dimensão cada vez mais “exotérica”, que assimilando o tom e a linguagem dos homens comuns, possam seduzi-los ao operar o “efeito espelho”, ou seja, oferecer aos quem nele se olham o “reflexo” de seus próprios desejos. Estreitam-se assim as imbricações entre as representações da política e as representações societárias ou coletivas. (CARVALHO, 2004)

Neste sentido, os discursos políticos tornam-se cada vez mais flexíveis, incorporando representações e valores de diferentes tipos de imaginários sociais e políticos, em uma espécie de cardápio múltiplo, *self-service*, que busca oferecer o que há de comum e de específico a todos os gostos. O mandamento básico da teologia do consumo é: para todos e para cada um conforme suas preferências.

Os tipos ideais de imaginários políticos sociodiscursivos propostos por Charaudeau são ferramentas metodológicas importantes na análise dos discursos constitutivos de imagens marcas de candidatos que suscitem na audiência a “verdade de crença” que pode conduzi-los à vitória. Nos casos em que “imagens-marca” ancoradas em elementos simbólicos vigorosos são competentemente reforçadas no decorrer da gestão dos governantes, ampliam-se as perspectivas de que sejam confirmadas pelos eleitores em campanhas posteriores inaugurando ciclos de longevidade política.

Bibliografia

ALBUQUERQUE, Afonso. (1996) “Autoridade/ Identidade: a construção da imagem pública de Collor e Lula na campanha de 1989”, texto apresentado no 5º. Encontro Anual da Compós

ALDÉ, Alessandra. (2004). **Construção da Política- democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. RJ: Editora FGV.

ALDÉ, Alessandra e VASCONCELOS Fábio. (2008) em texto intitulado, *Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias*.

ALMEIDA, Jorge. (1998). *Como vota o povo brasileiro*. Ed. Xamã, São Paulo.

_____. (2004) *Serra e a mudança: um discurso fora do lugar de fala*. **In Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil – ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hackers Editores / Cult.

_____. (2008) *Apelos eleitorais dos candidatos presidenciais do Brasil em 2006*.

BALANDIER, George. (1982). *O poder em cena*. Brasília: Editora UNB.

BARHES, Roland. (1993). *Mitologias*. São Paulo: Bertrand.

BARREIRA, Irllys. (2008). *Imagens Ritualizadas – apresentação de mulheres em cenários eleitorais*. Campinas/São Paulo: Ed. Pontes.

BENJAMIN, Walter. (1995). *Obras escolhidas- magia e arte*. São Paulo: Brasiliense.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. (1991) **A Construção Social da Realidade - Tratado de Sociologia do Conhecimento**. Petrópolis: Editora Vozes.

BOURDIEU, Pierre. (1989). **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel/Bertrand.

_____. (1982) **O Que Falar, o Que Dizer**. Lisboa: Difel.

_____. (1990) **Coisas Ditas**. SP: Editora Brasiliense.

BURKE, Peter. **A Fabricação do Rei - A Construção a Imagem Pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor

CARDOSO Flamarion e MAKERBA Jurandir- organizadores (2000) **Representações - Contribuição a um debate transdisciplinar**. São Paulo: Papirus Editora.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly (1999). **Transição Democrática Brasileira e Padrão Publicitário Midiático da Política**. Campinas-SP: Pontes Editores/UFC.

_____. “Cenários e Personagens da Transição Democrática Brasileira”, **Revista do Instituto Histórico do Ceará**, ano 2007.

_____. (Org) - 2003. *A Produção da Política em Campanhas Eleitorais*. SP/CE: Pontes/Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UFC.

_____. (2.004). “Representações da Política” in **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. SP/Salvador. (Org.) Antonio Albino Canelas Rubim, Editora UNESP/UFBA.

_____. (2004) “ Como Se Faz e Desfaz Um Fenômeno Eleitoral: o caso Roseana.” in **Eleições Presidenciais no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. Rubim, Antonio Canelas Rubim (Org.). SP: Hacker Editores/CULT.

———. (1995) *Eleições Presidenciais de 1994- alguma reflexões sobre o padrão midiático da política in Textos Mídia Política e Eleição 33*, UFBA- Programa de Pós Graduação em Comunicação.

_____. (1998) *Imagem Marca e Reeleição: a campanha de FHC em 1998 in Mídia e Eleições 98* (Org.) Antonio Albino Rubim; Edições FACOM.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos e LEMENHE. Maria Auxiliadora. **Política, Cultura e Processos Eleitorais**. (2006).

CASTORIADIS, Cornélius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar Opinião - O Novo Jogo Político**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes.

CHARAUDEAU, Patrick. (2006). **Discurso Político**. SP: Editora Contexto.

CHARTIER, R. (1990). **A História Cultural entre Práticas e Representações**. Lisboa.: Difel.

DAHL, Robert, (1971), **Polarchy : Participation and Opposition**, New Haven, Yale University Press

DEBRAY, Régis.(1994) **O Estado Sedutor - As revoluções midiológicas do Poder**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes.

DURAND, Gilbert. (1997). **As Estrutura Antropológicas do Imaginário**. SP: Martins Fontes.

ELIADE, Mircea. (1991). **Imagens e Símbolos - Ensaio sobre o simbolismo Religioso**. São Paulo: Martins Fontes.

FAUSTO, Antônio Neto. (1995). **O Impeachment da Televisão – como se cassa um presidente**. RJ: Diadorim.

LEMENHE, Maria Auxiliadora, (2006). **Figurações de um presidente: Lula traidor, companheiro, populista publicado na coletânea Imaginários Sociais em Movimento**. (Organizadores) Júlia Miranda, Ismael Pordeus e Laplantine, François. Editora Pontes/ UFC/ Universidade de Lyon 2. Campinas, SP: Fausto Antônio Neto

MOUFFE, Chantal, (2005). *Por Um Modelo Agonístico de Democracia*, in **Revista de Sociologia Política**. Curitiba.

FOUCAULT, Michel. (2003) *A Verdade e as Formas Jurídicas*. RJ: Nau Editora /PUC. GIDDENS, Anthony (1993). *A Transformação da Intimidade - Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas*. SP: Editora UNESP.

GINZBURG, Carlo. (1986). *Mitos Emblemas e Sinais*. São Paulo: Companhia das Letras.

GOFFMAN, Erving. (1975) *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis-RJ: Editora Vozes.

IBANEZ, F. *Representações sociais: teoria e método* in *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai, 1988.

JAWADAT Abu –El-Haj. (2007). *Robert Dahl e o Dilema da Igualdade na Democracia Moderna* in *Revista de Ciências Sociais*. Lisboa

JOAS, Hans. (1999) “*Interacionismo Simbólico*” in *Teoria Social Hoje*, organizadores Anthony Giddens e Jonathan Turner: Editora UNESP.

JODELET, Denise. (1991). *Les Représentations Sociales*. p. 31-61. Paris: PUF.

LIPOVETSKY, Giles. (1997). *O Império do Efêmero - A moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.

LEFEBVRE, Henry. (1983). *Contribución a la teoría de las representaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.

MAINGUEAU, Dominique. (2001). **Análise de Textos de Comunicação**. SP: Cortez Editora.

PALMEIRA, Moacir e GOLMAN, Marcio (1996). *Antropologia e Representação Política*. Rio de Janeiro: Contra Capa.

PROSS, Harry. (1997) *Estructura simbólica del Poder - Teoria e prática de la comunicación pública*. Barcelona: Editora Gustavo Gili.

- RIVIÈRE, Claude. (1989). *As Liturgias Políticas*. Rio de Janeiro: Imago.
- RUBIM, Antonio Canelas Albino. (2004) **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. SP/Salvador: Editora UNESP/UFBA.
- _____. (2004) **Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil – ensaios sobre mídia, cultura e política**. SP: Hackers Editores/ CULT.
- _____. **Mídia e Política – Eleições de 1994**. (1995) Textos 33. UFBA
- _____. “As imagens de Lula presidente” in *Lula Presidente – Televisão e política na campanha eleitoral*. (2003) (Orgs.) Antônio Fausto Neto e Antônio Albino Rubim e Eliseo Veron. Editora Unisinos/ Hacker Editores.
- SARTORI, Giovanni (1994). *A Teoria da Democracia Revisitada - O debate contemporâneo*. v. 1. Editora Ática.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard. (1978). *O Estado Espetáculo*. São Paulo: Difel.
- SENNETT, Richard. (1998) *O Declínio do Homem Público - As Tirantias da Intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- THOMPSON, John B. (2002) *O Escândalo Político – poder e visibilidade na era da mídia*. RJ: Editora Vozes.
- VERON, Eliseo. (1980). *A Produção de Sentido*. São Paulo - SP: Editora Cultrix/Ed. da Universidade de São Paulo.
- SPINK, M.J. - Org- (1993). *O Conhecimento no Cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia*. São Paulo: Brasiliense.
- VERNANT, Jean - Pierre. (1996). *Entre Mito e Política*. São Paulo: Edusp.
- WEBER, Max (1999). *Economia e Sociedade*, v. 2. Brasília: Editora UNB.