



Comunicação e Cultura Política: problemas midiáticos e desvios no modelo de autogestão¹.

Fernanda Coutinho Sabino²

Aluna da Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

Em um contexto evidenciado pelas desigualdades sociais e econômicas, o Brasil é um país que conta com um índice relativamente baixo de participação popular na política. Como consequência, tem-se o estreitamento das possibilidades de fortalecimento de um regime efetivamente democrático. A Comunicação, por sua vez, caracterizada pelo superfluxo informacional, dificulta a elaboração de processos cognitivos consistentes que caminhem em direção à realização de um verdadeiro envolvimento social dos indivíduos com as questões coletivas. Exemplo dessa dificuldade são os desvios que vêm ocorrendo no modelo de Economia Solidária: no Brasil, cooperativas autogestionárias tendem a se verticalizar, justamente pela participação política insuficiente por parte dos seus sócios. O artigo discute como a Comunicação se relaciona com este problema.

Palavras-chaves

Autogestão; participação política; democracia; cultura política; comunicação.

1- Introdução

Este artigo tem como ponto de partida a análise da forma essencial de organização administrativa de cooperativas inseridas no modelo de Economia Solidária, a autogestão, e alguns de seus possíveis desdobramentos. Estudos recentes apontaram a tendência de administrações autogestionárias se converterem em administrações heterogestionárias em decorrência da falta de participação política dos membros nas questões de suas cooperativas. Isso significa que, em alguns casos, neste tipo de modelo construído favoravelmente ao fortalecimento da democracia existe uma tendência ao enfraquecimento do regime democrático devido ao que se chama de “lei do menor esforço”. Esse tipo de comportamento pode ser justificado pela insuficiente formação democrática de seus sócios, bem como pela ineficiência de modelos comunicativos efetivamente dialógicos.

¹ Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

² Fernanda Coutinho Sabino é aluna do 4º período diurno da Faculdade de Comunicação Social da UFJF. É bolsista do PET (Programa de Educação Tutorial) desde outubro de 2006. email: fernandacsabino@yahoo.com.br / fcsabino@hotmail.com. Este artigo foi orientado pela professora Christina Ferraz Musse e co-orientado pelo professor Paulo Roberto Figueira Leal.



Alargando-se o campo de análises, percebeu-se que a falta de participação política é marcante no Brasil em virtude de sua *cultura política*, ou seja, a formação cultural dos brasileiros se reflete nas características da organização política de seu país, pelas influências que certas crenças e valores internalizados pelas pessoas exercem sobre ela.

Os estudos de Comunicação, por sua vez, ocupam posição de relevância nesse contexto. Considerando que o alargamento da técnica informacional não significa necessariamente o aumento da ação política, o que se questiona são quais as diretrizes comunicativas tomadas na direção da reversão desse processo; qual a sua contribuição para a formação ou não de espírito crítico dos cidadãos brasileiros, a fim de contribuir para o fortalecimento efetivo de um regime democrático; e finalmente algumas possíveis soluções para que a Comunicação altere a inércia da estagnação política atual, em meio a um cenário de superluxo informacional e baixo índice cognitivo do público.

2 – Economia Solidária: autogestão x heterogestão

A atual conjuntura econômica mundial é, com raríssimas e pontuais exceções (como Cuba ou Coreia do Norte), quase exclusivamente capitalista – e predominantemente marcada pela proeminência de um capitalismo organizado a partir de uma visão neoliberal. Seu princípio básico é o direito à propriedade individual, numa lógica de clara prevalência do capital sobre o trabalho. Esse tipo de dinâmica propicia o fortalecimento de sociedades cada vez mais desiguais, que deixam à margem do mercado trabalhadores em potencial e aumentam os processos de exclusão econômica e social.

Nas últimas décadas, pôde-se observar o aumento da informalidade e a precarização das relações formais de trabalho, representando a fragilização do modelo tradicional de assalariamento, em decorrência do crescente número de desempregados³. Neste contexto, até como forma de reação ao modelo hegemônico, discutem-se mais intensamente outras formas de organização do trabalho como saídas alternativas de geração de renda: associações, cooperativas, empresas autogestionárias, clubes de troca, entre outras. Sobre esse fenômeno, a jornalista Raquel Paiva (2003, p.116) comenta que

³ Revista de Economia Solidária. Economia, solidariedade e gestão: a auto-organização do trabalho no Brasil. A Economia Solidária no Brasil: o desafio de mostrar o que não está visível. Ano 1/nº 0/ dezembro de 2005/ p.41

[...] pode-se perceber que o desemprego, como estrutura imposta pela ordem atual do capitalismo, tem propiciado também o surgimento de uma descrença no modelo econômico adotado e, conseqüentemente, pesquisas sobre outras possibilidades de existência.

E é nessa tentativa de superação das contradições do sistema capitalista que dentro dele uma outra forma de organização econômica ganha visibilidade: a Economia Solidária. Suas origens remontam ao século XIX, cenário da Primeira Revolução Industrial. Seu protótipo, o Cooperativismo, foi uma alternativa para que os trabalhadores da época pudessem contornar as precárias condições de exploração fabril, a partir do apoio mútuo entre os associados.

Paul Singer (2002, p.9) afirma que nessa organização econômica “a chave dessa proposta é a *associação* entre iguais em vez do contrato entre desiguais”. Seu conceito se explicita da seguinte forma:

A economia solidária é outro modo de produção, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual. A aplicação desses princípios une todos os que produzem numa única classe de trabalhadores que são possuidores de capital por igual em cada cooperativa ou sociedade econômica. (ibid., p. 10)

Segundo a *Revista de Economia Solidária* (Ano 1/ nº 0/ p.41), sua orientação se baseia em valores não mercantis como a solidariedade e a democracia, buscando incorporar as dimensões culturais, étnicas e ecológicas da sustentabilidade do desenvolvimento, em que produção e distribuição, bem como a preservação dos recursos naturais e sociais façam parte de um processo de emancipação. Emancipação essa que conta como seu principal agente o próprio trabalhador, capaz de desenvolver produção e consumo conscientes, que vão culminar na superação das adversidades oriundas do atual sistema econômico vigente.

Paul Singer (opus.cit, p.16) acredita que a principal diferença entre economia capitalista e solidária é o modo como as empresas são administradas. No primeiro caso aplica-se a heterogestão, ou seja, a administração organizada em níveis hierárquicos de autoridade. Assim as informações circulam de baixo para cima e as ordens de cima para baixo. Os trabalhadores geralmente sabem o suficiente para estarem aptos a cumprirem suas tarefas, muitas vezes repetitivas e rotineiras.

À medida que se sobe na hierarquia da organização, amplia-se o conhecimento a respeito da empresa, já que as tarefas são cada vez menos repetitivas e necessitam de iniciativa e responsabilidade em seu cumprimento. Além do fator hierarquia, Singer



ressalta também a existência da competição entre os setores empresariais, já que grupos rivais procuram demandar capital para expandir o setor no qual exerce poder.

A administração solidária, por sua vez, pratica a autogestão, visando a um sistema democrático de funcionamento. Quando são pequenas empresas, as decisões são discutidas em assembleias. Quando são grandes empresas, os sócios elegem representantes por seção que irão deliberar em nome de todos. A dinâmica é oposta à prática capitalista tradicional, pois as informações circulam de cima para baixo e as ordens de baixo para cima. A autoridade maior é a assembleia de todos os sócios. Singer enfatiza que para que a autogestão tenha êxito, é preciso que todos os sócios se envolvam com as questões da empresa e das alternativas disponíveis para a resolução de cada problema, representando um esforço adicional e um verdadeiro comprometimento dos associados com sua cooperativa.

Toda essa dinâmica autogestionária, contudo, acaba por apresentar alguns problemas que influenciam diretamente o funcionamento e, por conseguinte, o êxito das cooperativas⁴. O autor afirma que

O maior inimigo da autogestão é o desinteresse dos sócios, sua recusa ao esforço adicional que a prática democrática exige. Em geral não é a direção da cooperativa que sonega informações aos sócios, são estes que preferem dar um voto de confiança à direção para que ela decida em lugar deles. [...] A prática autogestionária corre o perigo de ser corroída pela lei do menor esforço. (ibid, p.19)

E a “lei do menor esforço” é observada quando, por exemplo, os gestores das cooperativas precisam tomar decisões com urgência, sem muito tempo para consultar os sócios. Nas assembleias, os problemas e as soluções são relatados como fatos consumados e raramente algum participante se preocupa em questionar se a decisão tomada foi realmente a mais adequada. Essa desatenção, senão mesmo passividade, pode distorcer os rumos das políticas autogestionárias a partir do momento em que informações relevantes correm o risco de se concentrarem em círculos cada vez mais seletos de responsáveis e cujas propostas podem ser aprovadas pelos sócios por “inércia”⁵.

Singer aponta

O perigo de degeneração da prática autogestionária vem, em grande parte, da insuficiente formação democrática dos sócios. A autogestão tem como mérito principal não a eficiência econômica (necessária em si), mas o desenvolvimento humano que proporciona aos praticantes. (ibid, p. 21)

⁴ O fato de explicitar-se aqui algumas das dificuldades da autogestão, não exclui-se as dificuldades próprias da heterogestão. Porém, o presente artigo se restringirá às questões primeiras.

⁵ Termo usado por Paul Singer em (2002, p.20).

O desenvolvimento humano, de que fala Singer, só será possível caso haja maior engajamento político dos sócios nas questões da cooperativa. Isso tornará a pessoa mais realizada, autoconfiante e segura. Porém, o autor afirma que “[...] até agora, grande parte dos cooperados se insere na economia solidária enquanto modo de produção *intersticial* [...], ou seja, para se reinserir à produção social e escapar da pobreza” (ibid, p. 21), aceitando a autogestão apenas por ser pré-requisito para a participação na cooperativa.

É possível supor, portanto, a partir do que foi exposto, que, mesmo em modelos mais horizontalizados, corre-se sempre o risco de verticalização, uma vez que o poder de decisão e envolvimento político se restringe a um número cada vez menor de responsáveis associados. A insuficiente formação democrática dos sócios - e, por que não dizer, a inexistência de modelos comunicativos efetivamente dialógicos - impede justamente o fortalecimento da democracia em um ambiente originariamente propício ao exercício da mesma.

3- Cultura Política e Capital Social

Buscando compreender os questionamentos anteriores, lança-se mão de um conceito criado na década de 60 por Almond e Verba denominado *Cultura Política*. A expressão tem origem na combinação de perspectivas sociológicas, antropológicas e psicológicas no estudo dos fenômenos políticos, especificamente dos regimes democráticos. Em outras palavras, a criação desse conceito objetivava incorporar nas análises políticas da sociedade de massas contemporânea aspectos subjetivos de orientação política, fazendo-se, assim, uma abordagem comportamental.

O artigo de Karina Kuschnir e Leonardo Carneiro, *As Dimensões Subjetivas da Política: Cultura Política e Antropologia da Política* (1999), dedica-se à abordagem desse conceito, partindo do livro *The civic culture* de Almond e Verba (1963) como base. Portanto, segundo os autores, “Almond e Verba definiram *cultura política* como a expressão do sistema político de uma determinada sociedade nas percepções, sentimentos e avaliações da sua população” (KUSCHNIR & CARNEIRO 1999 p. 1 APUD ALMOND & VERBA, 1963, p.13).

Eles explicam ainda que o termo *cultura* considera a existência de padrões de comportamento relativamente estáveis na sociedade, enquanto o termo *política* refere-se a

uma esfera autônoma e, sendo assim, poderia ser percebida e analisada pelos indivíduos da sociedade. *Cultura Política*⁶, portanto, remete a uma orientação subjetiva diante de um regime político – frisa-se: democrático.

Kuschnir e Carneiro ressaltam também que Almond e Verba atribuem grande importância ao processo de socialização (família, escola, trabalho) na definição do comportamento político. E para se levar em conta essa suposição é preciso que se reconheça, anteriormente, que as reações dos indivíduos a situações sociais objetivas não ocorrem em um estágio único, ao contrário, nelas manifestam-se também seus componentes subjetivos.

A definição desse conceito, quando posto à luz do que foi descrito anteriormente, ou seja, na tendência das cooperativas em caminharem para a heterogestão devido ao baixo índice de envolvimento político de seus cooperados (“lei do menor esforço”), possibilita a suposição de que tal comportamento é reflexo do conjunto de percepções subjetivas mais ou menos comuns dos cooperados, mais especificamente, de sua cultura.

Uma cultura que não se restringe apenas aos limites de uma só cooperativa, ou ainda das cooperativas regidas pela Economia Solidária, mas talvez de um contexto cultural que seja próprio do modo pelo qual praticamente todo o mundo econômico e social se organiza contemporaneamente. A realidade brasileira evidencia e potencializa esses fenômenos – some-se a estrutura econômica mundial às crises vivenciadas pelo país e à desigualdade social aqui exacerbada e estamos diante de um quadro fomentador, portanto, desse tipo de comportamento.

Para desenvolver melhor essa questão e voltando-se mais especificamente para o contexto brasileiro, Marcelo Baquero, em seu artigo *Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura participativa no Brasil* (2003), objetiva compreender como se dá o processo de interesse e participação política no país. Num contexto marcado por crescente desigualdade social, o autor analisa quais as possibilidades do capital social ser um fator de motivação⁷ das camadas excluídas. Cabe ressaltar que o autor também se utiliza do termo *cultura política* em seu texto, dentro das mesmas acepções propostas por Almond e Verba.

⁶ Segundo Kuschnir e Carneiro, Almond e Verba definem *cultura política democrática* também como *cultura cívica*.

⁷ Este termo está substituindo o termo *empowerment*, utilizado por Baquero no sentido de “dar poder”, ou seja, de o capital social motivar as camadas excluídas a participarem mais (por terem mais condições para isso) das questões políticas de seu país.



Então, antes de explicitar propriamente o conceito de *capital social* e atendo-se ainda especificamente à questão participativa nas cooperativas e sua relação com a *cultura política*, Baquero explica que “[...] as associações não fomentam, por si sós, um tipo de cultura política, mas são um reflexo de e amplificam os traços culturais dominantes de seu ambiente. Na verdade, constituem-se no espelho da cultura da política vigente” (ibid, p.97), e acrescenta: “Não se trata de um determinismo histórico ou cultural, mas sim da influência de um legado que incide na forma como os valores e crenças internalizados pelas pessoas afetam a qualidade da democracia de um país” (ibid, p.98).

Baquero contextualiza a situação democrática do Brasil e as possíveis razões para seu fortalecimento enquanto democracia institucional e não enquanto um modelo de efetiva participação social. Segundo o autor, houve a necessidade em se enfatizar as instituições brasileiras, principalmente no período de redemocratização do país, já que era fundamental a reconstituição das suas instâncias públicas. Nos anos posteriores, entretanto, a institucionalização dessas organizações não significou a estabilidade e o fortalecimento da democracia.

Dessa maneira, não houve reversão nos modelos tradicionais de autoritarismo e práticas populistas, ocasionando um distanciamento dos governantes das questões sociais mais urgentes. Evidenciou-se, portanto, a impossibilidade de haver mediações efetivas de relações sociais autônomas através das instituições vigentes. O autor conclui ainda que a democracia no país é excessivamente padronizada, em que o respeito às instituições limita-se à legitimação das autoridades públicas. O resultado desse processo é a internalização de determinados valores culturais pelos sujeitos que irão influenciar diretamente os rumos da política e a maneira como esses mesmos sujeitos participam dela. É o que diz Baquero

[...] a cultura é vista como dinâmica e não estática e que evolui constantemente sob a influência de fatores externos e internos. Sua base, no entanto, constitui-se de fatores duradouros que a tornam diferentes de outras culturas. Tal síntese materializa-se em crenças, predisposições, motivações e normas de fazer as coisas de um povo. No entanto, junto com valores positivos são construídos valores que influenciam a forma como as pessoas fazem e vêem as coisas em um determinado contexto. Assim, mesmo que conceitos como atraso, miséria, fome, clientelismo, personalismo, patrimonialismo não possam ser considerados como valores culturais, eles são assimilados pela cultura e naturalizados, gerando no campo da política uma cultura passiva, silenciosa e pouco participativa (ibid, p.90).

Após o que foi exposto, é necessário explicitar aqui a definição feita por Baquero do conceito de *capital social* para a melhor compreensão de quais as possíveis saídas para a atual situação política pouco participativa brasileira. Segundo o autor, capital social são “normas e formas de associação que possibilitariam o surgimento de confiança dos cidadãos nas autoridades constituídas e nas instituições vigentes” (ibid, p.96). Assim, para Baquero, quanto maior o nível de confiança interpessoal, maiores as chances de participação social efetiva e conseqüentemente maior o fortalecimento da democracia:

Segundo a teoria da cultura política, a confiança interpessoal e a confiança nas instituições políticas são pré-condições para a formação de associações secundárias que, por sua vez, podem agir como promotora da participação política e, conseqüentemente, no aperfeiçoamento da democracia (ibid, p.91)

A grande questão e talvez o grande problema é que no caso brasileiro o estabelecimento dessa relação de confiança não será um processo fácil. Baquero afirma que os laços sociais no Brasil manifestam-se quase que exclusivamente na família ou no grupo de amigos próximos⁸. E o mais grave é que existe uma aparente indiferença dos indivíduos em relação a essa prática. No governo percebe-se a ausência de políticas efetivas de inclusão social e o resultado é a tendência em se desestimular a participação do cidadão. O autor questiona, então, a relevância da educação voltada para a democracia, como um ponto de partida importante para a reversão do atual quadro de apatia política participativa:

O que está claro, atualmente, é que a educação para a democracia não existe. Como constituir cidadãos críticos e orientados para uma participação política maior em tal cenário? Esse parece ser um dos principais desafios que os cientistas políticos têm que responder, pois o que se verifica na prática é uma situação de apatia e um senso de impotência para resolver as coisas (ibid, p.92).

Portanto, o longo processo de estímulo à confiança interpessoal depende de mudanças na estrutura social, da consolidação da capacidade de reflexão crítica dos cidadãos diante do contexto em que vivem, de libertação de algumas amarras culturais que, em certa medida, determinam o encaminhamento político do país. Marcelo Baquero aponta a importância da educação para a democracia. Mas é possível discutir questões

⁸ Existe um importante estudo feito por Walter Lippman, cientista da comunicação (século XX), a respeito das influências dos líderes de opinião na sociedade.

como essas sem incluir a variável comunicativa? Este artigo partirá, agora, para a análise de quais papéis a comunicação cumpre para a formação (ou não) desse espírito crítico.

4- A política da mídia

Anthony Giddens, em *Modernidade e Identidade* (2002), delimita o que considera como as três maiores influências sobre o dinamismo das instituições modernas. A terceira influência será abordada aqui como uma forma de introdução aos processos comunicacionais da atualidade e sua relevância no contexto político estudado. Ela é, pois, o que o autor chama de *reflexividade*. Giddens diz que a reflexividade clássica era a demonstração da soberania do espírito, pois os estudiosos aplicavam recursos racionais à vida para a compreensão dos fenômenos humanos e sociais. Na modernidade, a reflexividade ganha uma outra faceta. O autor a define como “o uso regularizado de conhecimento sobre as circunstâncias da vida social como elemento constitutivo de sua organização e transformação”, ou seja, a revisão à luz do novo conhecimento ou informação.

Muniz Sodré (2002, p. 24) utiliza o conceito de Giddens juntamente com seus estudos a respeito da comunicação e afirma que, hoje, a reflexividade é agora reflexo tornado real pelas tecnointerações, quer dizer, o homem e sua imagem estão em elevado grau de indiferenciação. Conseqüentemente, “o indivíduo é solicitado a viver, muito pouco auto-reflexivamente, no interior das tecnointerações, cujo horizonte comunicacional é a interatividade absoluta ou a conectividade permanente” (ibid., p. 24).

O que se questiona, portanto, são quais os rumos tomados pela comunicação em um período de evidenciamento de fraturas políticas e sociais. O presente artigo partiu de uma questão apontada em cooperativas populares, em que estudos recentes sobre essa forma de organização concluíram a tendência de administrações autogestionárias se converterem em administrações heterogestionárias em decorrência da falta de participação dos membros nas questões políticas da cooperativa. Abrindo-se o campo de análises, percebeu-se que a falta de participação é generalizada no país em virtude de sua cultura política. Todo esse contexto favorece o enfraquecimento de regimes democráticos efetivos e no agravamento da descrença social em relação aos seus governantes e governos.

Portanto, chega-se assim à pergunta inevitável que conecta esses debates ao campo de pesquisa em comunicação social: quais as diretrizes comunicacionais capazes de auxiliar na reversão desse processo? Ela tem de fato buscado favorecer a formação de

espírito crítico ou, como Giddens e Sodré abordaram, está estimulando o indivíduo a viver cada vez menos auto-reflexivamente?

Sodré (2006, p. 158) afirma que o alargamento da esfera pública pelo advento das tecnologias da informa o n  ocasiona necessariamente o alargamento da a o política. Aliás, o passar dos tempos e o citado advento das tecnologias da informa o denotam outra representatividade:

  acelera o do *processo* circulatório dos produtos informacionais (culturais) tem-se chamado de *comunica o*, nome de velha cepa que antes designava uma outra idéia: a vincula o social ou o ser-em-comum [...] e, ao longo dos tempos, pela palavra *comunidade*. Daqui parte a comunica o de que hoje se fala, mas vale precisar que n  se trata exatamente da mesma coisa – ela agora integra o plano sist mico da estrutura de poder (SODRÉ, 2002, p.15).

Além de integrar a estrutura de poder e, por conseguinte, auxiliar a manuten o do *status quo*, a comunica o age como produtora de realidade a partir de sua linguagem. Sodré (2002, p.26) diz que a m dia   uma técnica política de linguagem, ou seja, uma técnica que interv m na consciência humana⁹ e requalifica a vida social desde costumes e atitudes até crenças religiosas. O autor releva que

A questão inicial   a de se saber como essa qualifica o – historicamente justificada pelo imperativo de redefini o do espaço público burguês em face das mudanças estruturais, que vêm deslocando o Estado liberal clássico e desestruturando a sociedade de classes tradicional – atua em termos de influência ou poder na constru o da realidade social (moldagem de percep es, afetos, significa es, costumes e produ o de efeitos políticos) desde a m dia tradicional até a novíssima, baseada na intera o em tempo real e na possibilidade de cria o de espaços artificiais ou virtuais (2002, p. 26).

O que se pode inferir a partir do que foi exposto   que Sodré questiona como se d  o processo de influência midiática sobre a constru o da realidade social e qual   a intensidade da qualifica o dos costumes, interesses, percep es políticas, neste contexto de expansão técnico-informacional. Como a comunica o ocupa hoje grande espaço na esfera pública,   possível que sua atividade facilite a confirma o de valores sociais e promova a mudança de tantos outros, sendo mais ou menos intensa de acordo com o tipo de público com que interage.

⁹ Não serão abordadas neste contexto as teorias a respeito dos Estudos da Recep o. A questão   que mesmo se o receptor tem condi es de selecionar e questionar o que   veiculado pela média, a partir do conceito de *cultura política* pressupõe-se que existem caracteres anteriores ao próprio indivíduo (presentes em seu contexto, em sua forma o e sua educa o) que influenciam a maneira como esse processo de recep o se d .



Alessandra Aldé, jornalista e cientista política, tenta compreender a formação das atitudes políticas do cidadão comum contemporâneo e qual a influência da mídia nesse processo (2004). A autora realizou uma série de entrevistas¹⁰, procurando levantar questões a respeito do ponto de vista dos indivíduos com relação à política para tentar entender como eles formulam determinados conceitos que envolvem o assunto. Além disso, ela também avaliou outras pesquisas do mesmo gênero realizadas no Brasil e fez uma análise comparativa dos principais resultados.

No que se refere especificamente aos estudos sobre comportamento político brasileiro, a autora afirma que nas recentes pesquisas um quadro que se destaca mais predominantemente é o momento de transição entre o regime militar e a redemocratização e de como certos valores democráticos são incorporados pelo cidadão nesse período. As principais questões têm girado em torno do sentimento de legitimidade ou de desencanto do cidadão em relação ao regime democrático.

Outra vertente, mais ligada aos estudos eleitorais, mostra racionalidade e relativa competência do cidadão no seu exercício do voto¹¹. Ao longo deste presente estudo, esse marco histórico tem se destacado, o que confirma a relevância entre a relação de internalização de alguns conceitos históricos e a formação da cultura e o resultado disso nos processos participativos democráticos.

Uma das conclusões de Aldé diante dessa análise do comportamento político dos cidadãos brasileiros e que de alguma forma relativiza o que foi expresso até agora é a de que

Parece possível afirmar que, muitas vezes, por trás de uma aparente apatia às questões políticas, encontra-se na verdade um sentimento de incompreensão, uma defasagem cognitiva quanto aos termos em que os problemas são oferecidos pelos emissores dominantes, geralmente formulados a partir de concepções teóricas e abstratas, distantes do cotidiano dos cidadãos (ibid, p. 67).

A autora afirma que, de acordo com suas pesquisas, quando se consegue traduzir os termos públicos em linguagens mais coerentes e próximas do cotidiano, o cidadão comum toma partido delas, tendendo a emitir sua opinião. Ela diz: “Trata-se de uma política mais próxima, prática, construída a partir de referências do cotidiano, narrado por parentes, vizinhos e colegas ou, freqüentemente, comentados a partir dos meios de comunicação de massa”(ibid, p. 68).

¹⁰ A metodologia de Aldé está explicitada mais profundamente em seu livro *A construção da política* (2004).

¹¹ (ibid, p. 58)

Alessandra Aldé (ibid, p. 203) expõe, pois, duas principais demandas que a democracia faz à mídia e que poriam luz em possíveis soluções: a pluralização da mídia e sua desnaturalização. A pluralização dos padrões de produções da mídia se refere à abertura de mais canais de emissão de mensagens de massa aos que não têm voz e ao investimento em comunicação em outros critérios que não os da audiência. Para a autora, o cidadão necessita de comparações, ou seja, da possibilidade de oposição, de pensamentos contra-hegemônicos e com caráter participativo.

É preciso, então, não só ter acesso a uma grande quantidade de canais que facilitem a comparação, mas ter também acesso a canais de emissão. Aldé divide a tarefa do pluralismo em outras duas: o pluralismo interno (relacionado à existência de vários enquadramentos disponíveis com a mesma acessibilidade por parte dos emissores) e o pluralismo externo, em que os principais meios massivos admitem a existência de outras formas alternativas de comunicar, divulgando notícias a partir de outros critérios, mesmo sem altos índices de audiência (ibid, p. 204).

Para a autora “existe uma ‘demanda latente’, não atendida, por informação e participação na vida pública, representada, em seu extremo, pelos cidadãos de atitude forte e tensa por um lado e, por outro, pelos consumidores frustrados de informação” (ibid, p. 205). Assim, trata-se de pensar em alternativas de formatos informacionais para públicos diferenciados, sendo isso de responsabilidade das políticas de inclusão do Estado de um lado e das pesquisas científicas de outro, ao estarem atentas para fomentarem o debate sobre o tema e incentivar a investigação e divulgação dos resultados.

Por fim, a autora fala sobre a segunda demanda: a desnaturalização. Essa demanda tem o objetivo de aproximar do público todo o processo de produção informacional, como os critérios de exclusão e seleção de notícias, as práticas de enquadramentos, entre outros, para que a recepção seja mais crítica e menos ingênua.

A mídia tem, então, algumas ações a fazer na direção do fortalecimento da democracia efetivamente participativa. Ações profundas e extremamente relevantes, capazes de alterar o morçao vigente pelo excesso de informação, ausência de cognição e impossibilidade de ação do indivíduo. É o momento de reflexividade midiática (em seu sentido clássico abordado por Giddens), quer dizer, o momento de a mídia debruçar-se sobre ela mesma a fim de compreender os seus próprios fenômenos, as implicações sociais que causa e, a partir daí, encontrar novas formas para o exercício de suas atividades - se possível, cada vez mais próxima da sociedade, de seus anseios e de suas lutas.

5 – Conclusão

Conclui-se, portanto, que a primeira questão aqui apresentada (a tendência em modelos predominantemente horizontais de autogestão caminharem para modelos mais verticalizados de heterogestão), aparentemente restrita ao ambiente das cooperativas populares, estende-se também ao contexto geral de política brasileira.

Fatores importantes que explicam esse tipo de comportamento são: a insuficiente formação democrática dos brasileiros e a ineficiência dialógica de modelos de comunicação, no que se refere, principalmente, às suas contribuições para a formação de espírito crítico dos indivíduos, como também ao fomento de uma consistente participação política em sociedade.

O primeiro fator pode ser explicado por alguns estudos nas áreas das Ciências Sociais, voltados para o conceito de *cultura política*, que têm apontado as influências da formação cultural de uma sociedade no direcionamento de sua política, no sentido de que percepções, valores e sentimentos de um povo alteram a qualidade de um regime político democrático.

O segundo fator, analisado como ponto-chave neste estudo, pode ser caracterizado pelo crescente superfluxo informacional o qual fortalece o enraizamento de uma cultura individualista de pouca auto-reflexividade, incidindo fortemente sobre a sociedade e seus valores. Os avanços técnico-informacionais da Comunicação não têm facilitado os processos cognitivos do público, ao contrário, muitas vezes o afasta do campo de discussão pública, impedindo assim reflexões mais profundas sobre ações possíveis na direção da participação política. Por isso, faz-se necessário uma revisão das práticas da comunicação, na direção de uma reformulação que atenda diretamente os principais envolvidos nela: o público. Isso se daria: pela pluralização dos padrões de produção da mídia, permitindo maior acessibilidade a variados canais de recepção e emissão e assim aumentando o grau de comparação entre diferentes abordagens midiáticas e pela desnaturalização da mídia, pela aproximação do público aos diferentes processos de produção de informação, dando a ele a possibilidade de uma recepção mais crítica e menos ingênua.

A união entre essas duas linhas de estudos pode ser viável para o entendimento do atual contexto de baixa mobilização popular na política e para a elucidação de possíveis estratégias favoráveis ao envolvimento social na busca de um regime verdadeiramente democrático.



6 – Referências

ALDÉ, Alessandra. A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BAQUERO, Marcelo. Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura participativa no Brasil. 2003. Acessado em www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000400011&lng=en&nrm=iso

GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge ZaharEd., 2002.

KUSCHNIR, Karina & CARNEIRO, Leonardo. As Dimensões Subjetivas da Política: Cultura Política e Antropologia da Política. 1999. Acessado em www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/269.pdf.

PAIVA, Raquel. O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SCHIOCHET, Valmor et alii. A economia Solidária no Brasil: o desafio de mostrar o que não está visível. Revista de economia solidária. Ano 1/ nº0/ Dezembro de 2005. p.41 à 44.

SINGER, Paul. Introdução à economia solidária. São Paulo: Ed. Fundação Perdeu Abramo, 2004.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____. As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.