

**POLÍTICA E TECNOCULTURA**  
**Uma análise do uso da comunicação multimídia no contexto do Poder Executivo**  
**em Campina Grande/PB<sup>1</sup>**

**Rosildo Raimundo de BRITO<sup>2</sup>**

**RESUMO**

Fruto do desdobramento do uso das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nos diversos campos das relações públicas vigentes no mundo moderno, a comunicação multimídia vem se revelando um promissor canal de interação à serviço da política. Respaldados, em especial, no processo tecnológico da convergência midiática, os recursos multimídias apontam para uma reconfiguração da comunicação e da prática política na contemporaneidade. Voltado à essa realidade e amparado em algumas noções teórico-conceituais que tentam dar conta desse fenômeno ‘tecnocultural’, este trabalho apresenta uma análise acerca do emprego da comunicação multimídia no âmbito do Poder Executivo Municipal em Campina Grande/PB.

**Palavras-chave:** comunicação multimídia; comunicação política; TICs; tecnocultura.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Professor Msc da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. email:rosildojornalista@hotmail.com.



## 1. APRESENTAÇÃO

A discussão em torno da comunicação, entendida como um complexo e sistêmico processo relacional de agenciamento entre os sujeitos no mundo contemporâneo, tem trazido a tona uma série de problematizações que evidenciam a amplitude dos processos comunicacionais midiáticos na atual conjuntura organizacional social. O quadro atual de desdobramento da chamada revolução digital, em ampla aceleração desde a década de 1990, e que tem nos avanços das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o seu principal elemento propulsor, atesta essa realidade. Neste sentido, a contínua popularização do uso das novas mídias nos países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil, e os efeitos socioeconômicos, políticos, culturais e, sobretudo, ideológicos acarretados sobre os indivíduos, com destaque para os novos modos de interações sociais que constituem a chamada sociedade midiática, se revela um promissor campo de estudo. O número cada vez maior de estudos realizados dentro das várias vertentes das ciências sociais atestam essa tendência acadêmica investigativa a qual reforça o caráter inter e multidisciplinar da comunicação e a relação desta com outros fenômenos sociais em andamento.

Em meio a esse amplo campo exploratório de investigação científica em torno do fenômeno midiático estão os estudos sobre a comunicação política que, reconhecida recentemente pela academia, abarca diversas pesquisas de natureza interdisciplinares, procurando compreender melhor a complexa relação entre comunicação, política e sociedade. Trata-se de uma relação que, como explica Gomes (2004), passou a ser mais bem estudada no Brasil a partir dos anos 1960 com o advento da autonomia crescente da indústria cultural no país.<sup>3</sup> Contudo, como defendem diversos autores, dentre eles Gomes (2004), Rubim & Azevedo (1998), Manin (1995), foi a partir das últimas duas décadas que a pesquisa sobre este tema despontou, instigada principalmente pelo papel de centralidade dos meios de comunicação de massa na prática política contemporânea. O fenômeno passou a despertar o interesse de agentes políticos e profissionais da comunicação que, atentos ao papel decisivo dos media no processo de reestruturação das relações sociais, sobretudo, dos efeitos provocados por estes sobre a reconfiguração

---

<sup>3</sup>De acordo com Gomes (2004), um dos principais fatores geradores da comunicação política como um campo de pesquisa nesse contexto foi à consolidação da televisão no país. Para este autor, esse advento fez com que se deixasse de pensar a mídia apenas como um instrumento de manipulação e se passasse a vê-la como instituição.



da ágora moderna, passaram a desenhar novas estratégias de visibilidade. Dentre essas, se destacam as novas ferramentas do *marketing* político<sup>4</sup>, segmento este que se tornou um dos principais objetos de estudo abarcando a relação tríplice aqui especificada (comunicação, política e sociedade) e que envolve, de um lado os agentes políticos-partidários, de outro, as estratégias de comunicação midiáticas e, por fim, o público eleitor.

A relevância da discussão em torno da temática se evidencia por meio do considerável número de trabalhos acadêmicos e obras publicadas recentemente por diversos autores os quais versam sobre as diversas nuances da práxi política contemporânea<sup>5</sup>. Boa parte dos estudos apresentados se volta para o processo eleitoral, recorte esse justificado pela singularidade que o momento apresenta, sobretudo, por deixar evidente a relevância da comunicação como principal ferramenta de disputa eleitoral. É nesse sentido que, ao analisar o fenômeno, Rubim (2001, p. 04) considera que “toda e qualquer eleição adquire este caráter de disputa comunicacional, mesmo quando inexitem mídias, em perspectiva relevante. Daí o caráter do momento eleitoral como instante sempre privilegiado para o estudo da comunicação e de suas relações com a política”. Por tais razões, o período das campanhas eleitorais continuará se revelando, sem sombra de dúvidas, um recorte temporal privilegiado para investigações sobre o processo contemporâneo da comunicação mediada com foco para os diversos desdobramentos e efeitos do uso das novas mídias no modo de interação social em desenvolvimento no campo político partidário.

Nesta conjuntura, a comunicação multimidiática vem desempenhando uma função marcante no ambiente da comunicação mediada por TICs. Não obstante, é importante ressaltar que o emprego dos mecanismos e processos multimidiáticos a serviço da comunicação política, não se restringe ao período das campanhas eleitorais, como revela boa parte dos estudos. Incorporada de maneira atenta à emergente cultura midiática que permeia a sociedade contemporânea e reconfigura os modos de interação social em vigor, a classe política vem se valendo dessa nova realidade aliando-se às novas possibilidades interativas visando uma maior aproximação e intimidade com o público eleitor. Neste contexto, as novas Tecnologias de Informação e Comunicação

---

<sup>4</sup>No cenário político, um dos adventos que marcaram essa nova tendência, conforme apontam vários estudos, foi à eleição do presidente Fernando Collor de Mello, em 1989, considerada um acontecimento que forneceu uma nova dinâmica às campanhas eleitorais.

<sup>5</sup> Ver Charaudeau (2006); Rubim (2005; 1998); Ribeiro (2004); Courtine (2003); Abreu (2003).



(TICs), com destaque para os produtos gerados pela informática e pela telefonia móvel, exemplificam claramente o que há de mais significativo neste sentido. Dentro deste quadro fenomenológico estão, de um lado, o uso dos computadores pessoais (PCs) e das diversas ferramentas interacionais proporcionadas pela comunicação cibernética, com ênfase nos canais de redes sociais virtuais (orkut, blog, twitter, facebook, videoblog, etc), e de outro, o uso massivo dos aparelhos de celular e os diversos serviços oferecidos por meio deste equipamento que, hoje, melhor sintetizam o acelerado processo de massificação e convergência proporcionado pela mídia digital em expansão no país<sup>6</sup>.

Dentre a diversidade de serviços de comunicação oferecidos pela telefonia móvel estão aqueles proporcionados através da conexão com a internet, a exemplo do envio de textos e imagens diversas, os quais apontam para o avançado ritmo de convergência midiática entre o computador e o telefone na sociedade contemporânea<sup>7</sup>. Essa conexão entre os aparatos tecnológicos da indústria da telecomunicação móvel com os adventos da informática vem ressignificando o uso de aparelhos celulares na comunicação entre os indivíduos no dia a dia. Muito mais que o modo de receber ligações telefônicas, a convergência entre esses dois tipos de serviços de mídias digitais vem afetando a prática cotidiana dos indivíduos, como, aliás, já nos chama a atenção alguns autores. Dentre esses está Lima (2000) que ao analisar a ampliação da telefonia móvel em países em desenvolvimento pondera que:

A capacidade do telefone celular de permitir conexões em todo e qualquer lugar estendendo a voz e ouvido humano, representa uma facilidade que se incorporou ao nosso cotidiano, exercendo uma influência insuspeitada no comportamento cultural dos indivíduos (LIMA 2000, p.41)

Portanto, mais que um nítido exemplo do fenômeno da convergência tecnológica e também de uma nova modalidade da comunicação integrada em vigência na atualidade, aspectos estes idiossincráticos da sociedade tecnocrônica em que vivemos, essa aproximação interativa entre tecnologias distintas está, como descrevem alguns estudiosos, reforçando um novo tipo de ambiência midiaticizada. Essa nova ambiência, vale ressaltar, é responsável por novas modulações de outros fenômenos sociais e, em especial, das novas formas de atuação dos indivíduos nos múltiplos campos sociais. Em

---

<sup>6</sup>Siqueira (2007, p.308) afirma que em janeiro de 2007 “o número de celulares em serviço no Brasil quebra a barreira dos 100,7 milhões, o que representa 53,6 telefones móveis por 100 habitantes”.

<sup>7</sup>Atualmente, os aparelhos de celular reúnem diversos tipos de serviços on line, dentre os quais estão os sistemas de posicionamento; envio e recebimento de mensagens de texto, voz, multimídia e e-mails; acesso à Internet; download de sons e imagens e acesso a contas bancárias.



síntese, trata-se da inserção cada vez mais contundente da mídia na esfera das relações sociais, contribuindo, desta forma, para a configuração de uma nova ambiência moldada pela interferência das novas tecnologias de mediação comunicacional. Trata-se do que o estudioso do campo da comunicação social, Muniz Sodré (2002), designa como ‘tecnocultura’. De acordo com Sodré (2002, p. 27) “[...] a ‘tecnocultura’ implica uma transformação das formas tradicionais de socialização, além de uma nova tecnologia perceptiva e mental [...]”. Implica, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com referências concretas ou com o que se tem convencido designar como verdade, efeito esse produzido por meio do processo de ‘tecnomediação’ operacionado pelos diversos meios high tech em uso na dinâmica de interrelação social cotidiana, a exemplo do computador e do telefone celular.

A crescente expansão da rede mundial de computadores na sociedade, neste contexto, vale ressaltar, desempenha um papel marcante no fenômeno da ‘tecnocultura’. Principalmente por se tratar do principal mecanismo tecnológico propulsor do processo de convergência midiática que, por sua vez, vem possibilitando um maior proveito da mobilidade instrumental. Trata-se de algo que vem ocorrendo por meio do desenvolvimento das plataformas e interfaces criadas no universo virtual, para onde migram as mídias tradicionais, num complexo sistema comunicacional. Neste sentido, conforme explica Jenkins (2008, p.310):

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em relação a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e da cultura participativa, de baixo para cima.

### **A nova ambiência no mundo político midiaticizado**

Por trás dessa nova ambiência regida, sobretudo pelas maravilhas comunicacionais da internet e da telefonia móvel está o fator da mobilidade, um dos aspectos essenciais e marcantes dos novos sistemas digitais da comunicação. É a mobilidade que proporciona a possibilidade de aproximação entre as pessoas eliminando a distância e permitindo a essas, a sensação de ‘onipresença’, muito comum no mundo moderno, onde as fronteiras de tempo e espaço se tornam cada vez mais tênues. Pode-se dizer que se trata do aspecto utilitário maior das TICs explorado



amplamente pelos usuários e que melhor oferece uma dimensão atual da revolução digital nos mais diversos cenários da sociedade midiática. Entre esses está o campo político-partidário, cujas práticas vêm se pautando cada vez mais pelas novas formas de interação tecnocultural.

Neste contexto, pautadas pela força da mobilidade tecnológica e direcionadas aos mais diversos jogos de interesses individuais e grupais que regem a complexa rede de relacionamentos sociais estão as ferramentas virtuais de interatividade, dentre as quais as mídias sociais ocupam uma posição de destaque dentro e fora do mundo político. Atentos à essa realidade, os agentes políticos nos mais variados segmentos e instâncias do poder, aderem ao uso das mídias sociais procurando tirar destas, o máximo de proveito possível reforçando a interação com o eleitorado. Trata-se de uma atitude que vêm contribuindo para mudanças significantes na vida política cotidiana, afetando os políticos e também os cidadãos eleitores. Essa mudança, é importante ressaltar, vem se registrando não apenas no período das campanhas eleitorais, como demonstram os diversos estudos já desenvolvidos no campo acadêmico e ressaltados aqui, mas no dia a dia alterando o modo de interação entre os dois mundos: o dos políticos e o dos cidadãos eleitores<sup>8</sup>. Por outro lado, esta prática se configura como mais um exemplo do acelerado fenômeno de convergência entre os mundos real e virtual que, como descreve Levy, longe de serem realidades antagônicas, estão cada vez mais entrelaçadas<sup>9</sup>.

A ampla adesão da classe política ao uso das mídias sociais com destaque para as comunidades virtuais, os weblogs e mais recentemente o microblog que tem no twitter a sua maior expressividade, como demonstram as diversas reportagens veiculadas cotidianamente pela imprensa, apontam para essa realidade que vem renovando as estratégias da comunicação política<sup>10</sup>. Em síntese, a ampla adesão de políticos em especial, aqueles detentores de mandatos a essa ferramenta específica demonstra a consolidação de redes sociais na condição de mídias livres e alternativa, apontando para o fenômeno de reconfiguração da *agora política*, em alusão ao conceito

---

<sup>8</sup> Ver Lima (2006)

<sup>9</sup> Conforme a discussão apresentada por Lévy (1999), o virtual não pode ser confundido com uma desrealização, nem como um desaparecimento no ilusório ou uma desmaterialização. Ao contrário, é preciso entender que a virtualização é um dos principais elementos da criação de realidade. Podemos entendê-la como uma "dessubstanciação".

<sup>10</sup> Além de reportagens diversas, a ampla utilização do twitter no mundo político vem se evidenciando através da abordagem do tema em congressos na área da comunicação política e através de artigos produzidos sobre o fenômeno. Dentre esses estão "*Twitofera: a expansão da agora digital e seus efeitos no universo político*", de autoria de Dalva Ramaldes da Universidade Federal do Espírito Santo.



de Habermans (2006) um dos principais estudiosos sobre a intervenção dos meios de comunicação no processo de estruturação da esfera dialógica da política.

No âmbito do marketing político, um dos episódios mais recentes que ilustram essa transformação no período eleitoral diz respeito à campanha vitoriosa de Barack Obama nos EUA, a qual ficou denominada de ‘campanha e-marketing 2.0’ em alusão à ampla utilização das redes sociais no processo de marketing político adotado na disputa eleitoral. A ampla utilização do twitter no mundo político, como asseveram diversas reportagens veiculada recentemente, abarcando todas as esferas partidárias e cargos políticos, é outro exemplo que atenta cada vez mais o fato de estarmos vivendo na denominada “Sociedade em Rede”, sociedade esta que, como muito bem nos descreve o sociólogo espanhol Manuel Castells (1999), vive sob os auspícios da ‘galáxia da internet’ e embasada nos princípios reguladores tecnológicos, aqui já discutidos.

Os aspectos acima apresentados, como se pode observar, apontam para a primazia da era eletrônica no estágio atual da humanidade, realidade esta, vale salientar, já prevista pelo pensador canadense, Marshall McLuhan no início do século XX, explicitada através de seus estudos sobre os media e, de maneira especial, por meio de duas de suas noções conceituais: ‘aldeia global’ e ‘o meio é a mensagem’ amplamente difundidas a partir da segunda metade deste mesmo século. Para MacLuhan (1979), o emprego das novas tecnologias nas sociedades a partir do advento de meios eletrônicos como a TV, o rádio, o telefone e o computador, representa um marco divisório no que diz respeito ao processo de interação dos indivíduos com o mundo a sua volta. É nesse sentido que, para este autor, um meio jamais é um canal passivo de informação, mas um processo ativo que reconfigura nossa forma como se conhece, como se interage com o mundo e com os demais meios. Por tal razão, MacLuhan (1979, p.22) defendia que “[...] o conteúdo de qualquer meio ou veículo é sempre outro meio ou veículo”, algo que vem sendo confirmado através do fenômeno contemporâneo da convergência multimídia, conforme discussão acima apresentada. A assertiva vai ao encontro do que apregoa Piere Levy (1999) que ao falar do uso das novas tecnologias da comunicação mostra que acontece uma amplificação das funções cognitivas, uma vez que as pessoas se relacionam não com uma máquina simplesmente. Para o autor, o processo é de simbiose. Levy (1999, p.22) diz ainda que “[...] cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas”.





Na avaliação de outro estudioso contemporâneo do fenômeno da midiaticização aqui retratada, Rubim (2005, p. 24) “A mídia ou, com mais precisão, a rede de mídia institui, a rigor, uma nova dimensão pública, própria da sociabilidade contemporânea”. Essa dimensão, vale salientar, se constitui em especial por espaços eletrônicos que reconstituem as vivências à distância e não presenciais. A adesão dos indivíduos a essa forma de comunicação interacional nos leva a crer que de fato vivemos numa sociedade regida por uma nova espécie de cultura. Trata-se da cultura midiática. De acordo com Santaella (1996, p.30), “[...] diferentemente de cultura de massa, a cultura das mídias não se constitui numa pasta homogênea e disforme de mensagem, se caracterizando por apresentar uma crescente diversidade de veículos de comunicação [...]”. Essa pluralidade de veículos comunicacionais, segundo esta autora, apresentam, cada um, função específica e diferencial, produzindo no receptor, efeitos perceptivos e comunicativos também diferenciais e específicos. Em outras palavras, essa pluralidade de mídias leva a um processo de midiaticização diversificado e com efeitos distintos entre os indivíduos, indo ao encontro do que apregoa MacLuhan ao tratar do uso do meio como a própria mensagem.

Por fim, as considerações aqui apresentadas reforçam algo que vem sendo investigado em vários estudos acerca da comunicação mediada na contemporaneidade, os quais apontam, em síntese, para um novo status de visibilidade e ao mesmo tempo da crescente necessidade de notoriedade pública que caracteriza a vida na sociedade contemporânea. Dentro deste panorama, como não poderia ser diferente, estão os agentes políticos para quem o uso das novas TICs, se apresenta como uma necessidade cada vez maior, não apenas para a conquista de votos, mas também para a manutenção e perpetuação no poder. Anseio este em que a utilização das novas mídias e, sobretudo, aquelas regidas pelo processo de convergência – conforme veremos mais adiante - vem se tornando uma das mais eficiente estratégias de comunicação no campo das relações públicas.

Neste contexto, os estudos acerca da comunicação política, em especial, aqueles centrados nos novos modos de interação social evidenciados pelo uso da comunicação multimídia explorados pelos políticos, se revelam um relevante viés de investigação para compreensão acerca das mudanças ocorridas no ritual da prática política partidária cotidiana vigente na sociedade. Nesta perspectiva, uma das hipóteses averiguadas por esse viés analítico, ao qual está atrelado esse estudo, diz respeito à exploração favorável





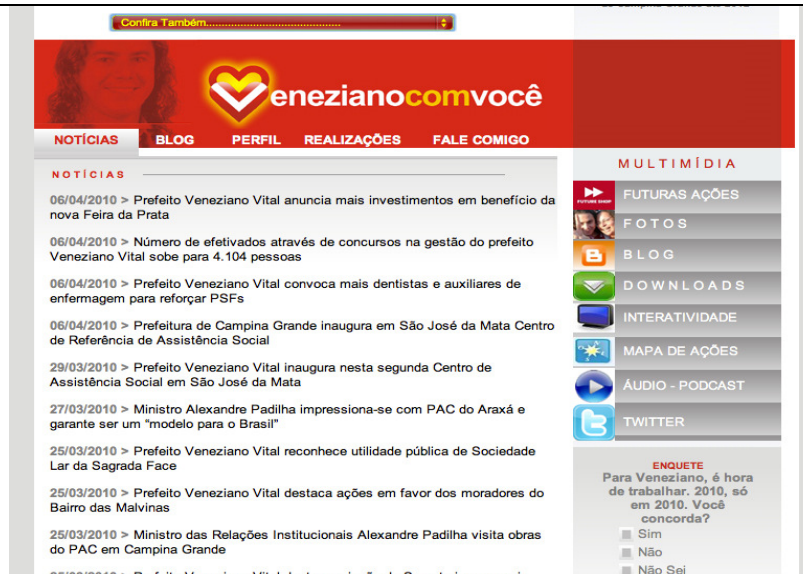
da tecnocultura por parte de agentes políticos no exercício do poder para quem o fenômeno da abrangência da comunicação multimidiática via internet, representa um relevante meio independente de propaganda política.

Centrado nesta perspectiva e respaldado nos conceitos teóricos apresentados, este artigo apresenta uma breve análise acerca da comunicação multimídia dentro do campo da comunicação política tomando como objeto de estudo, um portal sob o domínio político cuja interface aponta para as possibilidades de interação multimídia em uso no mundo político partidário ambientado pelas novas mídias.

### **A comunicação multimídia a serviço do gestor municipal**

Embasado no quadro fenomenológico acima descrito, este estudo apresenta uma análise sobre o uso da comunicação multimídia dentro do contexto político local, tomando como corpus analítico, o site pessoal pertencente ao atual prefeito do município de Campina Grande, Veneziano Vital do Rego. A análise se detém nos elementos de natureza multimídia apresentados no portal [www.venezianocomvoce.com.br](http://www.venezianocomvoce.com.br) por meio dos quais se pretende descrever o papel da comunicação multimídia enquanto instrumento de regulação da atividade política e a relevância da convergência midiática nesse processo. Trata-se, em outras palavras, de uma análise sobre como a comunicação multimídia, apoiada no avanço da convergência das mídias, vem sendo utilizada como estratégia de comunicação política no cenário político campinense, ressignificando a interação cotidiana entre o chefe do Poder Executivo e os cidadãos eleitores.

Criado em julho de 2009, nove meses após a última campanha eleitoral para a Prefeitura Municipal de Campina Grande, o portal se apresenta como um meio de comunicação alternativo e de caráter multimidiático em uso pelo prefeito reeleito Veneziano Vital do Rêgo como forma de manter uma aproximação permanente com os cidadãos eleitores. Constituído por elementos visuais utilizados na última campanha eleitoral, dos quais se destacam as cores vermelho e laranja, a logomarca do coração e imagem do prefeito ‘cabeludo’, identidade esta amplamente explorada pelo marketing político no período eleitoral, o portal apresenta uma plataforma cibernética cuja interface permite uma ampla exploração da comunicação multimídia e, por meio desta, uma maior interação com os navegantes.



*Ilustração 1: Página principal do portal [www.venezianocomvoce.com.br](http://www.venezianocomvoce.com.br) – Layout da parte superior com os links oferecidos aos navegantes.*

Além de armazenamento de hipertextos, arquivos imagéticos e audiovisuais, são disponibilizados espaços voltados ao uso de diversas ferramentas que proporcionam uma hiperconexão variada, muitas das quais respaldadas na convergência midiática. Tais aspectos se evidenciam logo de início na caixa de acesso que se encontra no lado esquerdo na parte superior do site, representada por uma barra com o enunciado “confira também”. Trata-se de um espaço por meio do qual é disponibilizado acesso a vários canais de migração do conteúdo do portal para outros tipos de mídias móveis, a exemplo do aparelho celular e o computador. Nele, é apresentado um leque de modalidades diversificadas de hiperconexão viabilizado por meio da tecnologia da convergência midiática que, por sua vez, possibilita o compartilhamento de arquivos multimidiáticos armazenados no portal.

A caixa de links contém ao todo seis opções de acesso multimídia e permite uma migração do conteúdo disponibilizado no site para as seguintes modalidades tecnológicas interativas: aparelho de celular, e-mail, blog, twitter, área de trabalho de computador e RSS<sup>11</sup>. Cada uma das opções acompanha um roteiro de instruções acerca dos passos para a complementação das operações de hiperconexão oferecidas ao navegante, as quais variam conforme o tipo de mídia a ser utilizado. Dentre os vários tipos de serviços oferecidos por meio dessas operações de tecnomediação estão:

<sup>11</sup> RSS é a sigla de Rich Site Summary. Trata-se de um formato padronizado mundialmente, que funciona sob a linguagem XML (Extensible Markup Language), e é usado para compartilhar conteúdo Web. O RSS é amplamente utilizado pela comunidade dos [blogs](#) para compartilhar as suas últimas novidades ou textos completos e até mesmo [arquivos multimídia](#).

transmissão de notícias em tempo real; conexão da homepage com aparelho celular; encaminhamento de mensagens pessoais postadas pelo próprio prefeito; envio de newsletter por e-mail e instalação de softs agregadores, a exemplo do RSS que possibilita a agregação do portal <http://www.venezianocomvoce.com.br> em blog e área de trabalho de computador.



Ilustração 2: página principal do portal [www.venezianocomvoce.com.br](http://www.venezianocomvoce.com.br) – com caixa de links em destaque.

Além deste, há um outro espaço no portal que evidencia de maneira ainda mais explícita o caráter multimidiático explorado pela plataforma cibernética em uso pelo prefeito Veneziano Vital do Rêgo. Trata-se de uma coluna configurada no lado direito do layout do portal. Intitulada de “Multimídia”, os espaço apresenta oito links de navegação com a designação das operações virtuais oferecidas, algumas das quais repetidas, como é o caso das *mídias sociais*, já presentes no outro espaço anteriormente descrito. O espaço disponibiliza os seguintes recursos de tecnomediação: 1 - *Futuras Ações* (notícias sobre projetos a serem implantados pela PMCG); 2 - *Fotos* (imagens do prefeito em campo, no exercício do cargo); 3 – *Blog* (espaço destinado à postagem de comentários postados por Veneziano sobre diversos fatos e temas políticos referentes à sua gestão); 4 – *Downloads* (Seção destinada ao arquivamento de wallpapers com imagens do prefeito durante a última campanha eleitoral) 5 – *Interatividade* (três operações são disponibilizadas por meio deste ícone: serviço que possibilita a edição de montagem de fotos na companhia de Veneziano; acesso a adesivo com logomarca do prefeito e a agregação de RSS); 6 – *Mapa de Ações* (apresentação infográfica de obras



realizadas na gestão do prefeito por área e bairros da cidade); 7 – *Áudio Podcast* (disponibiliza o áudio de entrevistas concedidas por Veneziano à imprensa) e 8 – *Twitter* (link que dá acesso ao twitter de Veneziano no qual este costuma postar mensagens curtas direcionadas ao seu público eleitor, e cujo conteúdo em sua maioria se restringe ao cotidiano da gestão e comentários sobre decisões no campo da política partidária).

### **Considerações finais**

Conforme já foi destacado no início deste artigo, o contínuo processo de surgimento e popularização das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) em uso na sociedade contemporânea vem acarretando mudanças significativas no processo interacional entre os indivíduos, nos mais diversos campos de atuação social. Associado diretamente à força propulsora da convergência midiática e, em especial, ao fator da mobilidade decorrente desta, tal fenômeno traz como um de seus efeitos mais notórios, o avanço da comunicação multimídia nas diversas redes e campos de relações públicas, dentre as quais está a política. Centrado neste quadro fenomenológico e respaldado nos pressupostos teórico-conceituais aqui apresentados, aplicados a uma realidade sociopolítica vivenciada na cidade de Campina Grande, este trabalho traz para reflexão, uma demonstração prática que evidencia a exploração da comunicação multimídia no âmbito do Poder Executivo Municipal e de como esta termina por contribuir para a regulação da atividade política no cotidiano.

Neste sentido, a análise em torno do portal <http://www.venezianocomvoce.com.br> evidencia, primeiramente, a imersão do prefeito Veneziano Vital do Rêgo no universo da tecnocultura, valendo-se, para tal, das diversas novas possibilidades de interação comunicacional propiciadas através das ferramentas virtuais. Neste contexto, a comunicação multimídia, como se pôde averiguar, desempenha um papel de extrema relevância dentro desta estratégia de comunicação alternativa. Através do caráter multimidiático do portal, evidenciado a partir do leque de possibilidades de hiperconexão com outros tipos de mídias visando a migração de conteúdo diversificado postado no ciberespaço, é possível perceber o olhar intencional do agente político em foco, o qual se demonstra atento e, mais do que isso, aderente à tendência tecnocultural que começa a invadir o campo político nas mais diversas esferas do Poder Público. Respaldados no caráter de mobilidade tecnológica, os aparatos multimidiáticos operacionais explorados no portal reforçam o aspecto multifuncional



cada vez mais característico do ciberespaço que, como ressalta Lévy (1999) representa um sistema de proximidades práticas.

Em consonância com essa realidade, o portal móvel [www.venezianocomvoce.com.br](http://www.venezianocomvoce.com.br) aqui analisado vai ao encontro das diversas noções teórico-conceituais destacadas neste trabalho, se apresentando como uma inequívoca demonstração de uma das mais significantes transformações porque passa o processo da comunicação política na contemporaneidade. Mais que uma mudança de paradigma comunicacional, este estudo de caso destaca alguns dos efeitos práticos responsáveis pela reconfiguração e, ao mesmo tempo, regulação da atividade política cotidiana vivenciada na cidade de Campina Grande e, por extensão, em várias outras localidades onde a tecnomediação passa a operacionalizar a relação interacional entre os agentes políticos e os cidadãos eleitores. Trata-se, como se pode concluir, da sinalização inequívoca do jogo simbólico estratégico que vem reconfigurando o rito de representação da política, o qual encontra no contexto da cultura midiática, um dos ingredientes mais significativos para a (re) configuração da esfera pública, apontando para um novo agora, como descreve Habermans (1996).

O apelo ao uso das novas TIC's por parte do prefeito Veneziano Vital, evidenciado por meio do seu portal personalizado, cujo título, por si só, já demonstra o emprego ideológico do mesmo enquanto instrumento interacional, vem reforçar as considerações já defendidas em diversos outros trabalhos acadêmicos que tratam desse fenômeno aqui destacado. Por outro lado, a exploração da comunicação midiática dentro dos moldes aqui analisados, partindo de uma plataforma com ampla possibilidade de hiperconexão, aponta para a instauração de um outro fenômeno ainda incipiente e aberto a investigação. Trata-se do novo modo de prática de marketing político, de cunho alternativo, com o poder de estabelecer um processo de propaganda política permanente e com maior aproximação junto ao público eleitor. Em outras palavras, uma nova forma de conquista permanente de eleitores através do aumento do grau de intimidade com estes, com os quais os agentes políticos podem, a partir de agora, se manter juntos a todo o tempo, a qualquer hora e em qualquer lugar, não importando a distância. Tais aspectos, evidenciam, ao nosso ver, uma clara demonstração da reconfiguração da comunicação política na contemporaneidade, ajustando-se à nova ambiência midiaticizada para onde convergem paulatinamente e de forma um tanto autônoma, os diversos agentes políticos no exercício do poder.



Por fim, esta breve análise aponta para a necessidade de, dentro do campo de estudo da comunicação política contemporânea, se averiguar as práticas comunicacionais estratégicas empregadas não apenas no período de campanha eleitoral, mas fora deste, uma vez que, como demonstra a análise, o limiar que separa essas duas instâncias político-social estão cada vez mais tênue com o avanço da tecnocultura. E o campo de disputa, neste sentido, passa a ser permanente. Neste contexto, é bom lembrar, o uso das novas tecnologias de comunicação como forma de sociabilidade revestida de fins eleitorais é algo que certamente nos fará compreender melhor a nova conjuntura da esfera pública que, como descreve Filho (apud Santaella 1996), está sob o domínio do uso da técnica sem o suporte ideológico do iluminismo, visando a intenção de tornar transparente as ações, intenções e formas de agir no mundo cada vez mais mediado pelas redes telemáticas. Um mundo cada vez mais ‘tecnocultural’.

### **Referências bibliográficas**

AZEVEDO, Fernando Antônio & RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Mídia e Política no Brasil*. Lua Nova, Revista de Cultura e Política, n. 43, 1998, p.189-216.

CASTELLS, M. *A Galáxia da Internet*. São Paulo: Paz e Terra, 1999

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 1967

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

HABERMANS, Jürgen. *Mudança estrutural na esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1996.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual*. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

LIMA, Frederico O. *A sociedade digital: o impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São



Paulo: Cultrix, 1979.

MANIN, Bernard. *As metamorfoses do governo representativo*. *Revista brasileira de Ciências Sociais*, ano 10, número 29, p.5-33, outubro de 1995

RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). *Cultura e Atualidade*. Salvador, EDUFBA, 2005.

\_\_\_\_\_. *Novas configurações das eleições na idade média*. Opin. Pública [online].

Nov. 2001, vol.7, n.2. Disponível em:

<http://www.unb.br/fac/comunicacao politica/Albino2000.pdf>. acesso em 02/09/09.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo, Experimento, 1996.

SIQUEIRA, E. *Avanços digitais que revolucionaram nossas vidas*. O Estado de São Paulo. Disponível em: <http://buscaestado.com.br/Jsearch=ethevaldosiqueira>>. Acesso 16 outubro de 2009.

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