

A experiência política, a crítica jornalística e a sátira midiática. O Blog do Tas e a crise do Senado Federal na gestão Sarney¹

Cláudio Cardoso de Paiva²

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

Este *paper* consiste na primeira exposição pública de uma pesquisa que explora a internet como terreno propício para uma enquete acerca da experiência e participação política, na primeira década do século XXI, com o advento da comunicação digital. Apontamos aqui alguns elementos para a elaboração de uma investigação das modalidades de ação afirmativa, na interface da Comunicação & Política, o que – em última instância, pode atualizar a discussão da esfera pública nos espaços e tempos da cibercultura. Particularmente, miramos a interlocução entre os discursos do blog de Marcelo Tas e os discursos que proliferam na dimensão da crise política, envolvendo o Senado Federal, em 2009. Deste modo, apresentamos novas empiricidades que desafiam à teorização e a metodologia da pesquisa em comunicação & política.

Palavras-chave

Palavras-chave: Blog do Tas; sociedade; vigilância; ciberativismo; poder.

Introdução - Iniciação à vigilância midiática e ao ciberativismo

Para compreender a efetiva participação dos atores sociais no espaço público, na “modernidade líquida”, convém atentar para a complexidade dos dispositivos telemáticos e comunicacionais instalados na ambiência cotidiana. O uso das redes de informação tem potencializado as ações de enfrentamento dos problemas sociopolíticos, atualizando o debate sobre a corrupção, a impunidade e as formas de elegibilidade.

Na era da informação, a luta pela democratização e cidadania passa pelo crivo da competência cognitiva no uso das tecnologias de comunicação. No século XXI inaugura-se uma nova modalidade de politização, sob o signo do ciberativismo, como uma atividade sociopolítica, em que os agentes sociais, enquanto internautas-usuários-eleitores, se utilizam

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Vigilância, Ciberativismo e Poder”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Claudio Cardoso de Paiva, Prof. Associado II; PPGC/UFPB; Doutor em Ciências Sociais, Paris V, Sorbonne; Mestre em Comunicação, UNB; Pesquisador em Mídias Digitais. Autor do livro *Dionísio na Idade Mídia*. João Pessoa: Ed. UFPB, 2009; Coautor do livro. *Mídias e Culturalidades*. João Pessoa: UFPB, 2008. claudiopaiva@yahoo.com.br

das redes interativas como estratégias de vigilância do exercício da política partidária. E no conjunto mais amplo dos dispositivos sociotécnicos, surgem os blogs, como plataformas discursivas eficazes no trabalho dos jornalistas, intelectuais, estetas, cidadãos empenhados na construção de um espaço público democrático.

Este *paper* consiste na primeira exposição pública de uma pesquisa que explora a internet como terreno propício para uma enquete acerca da experiência e participação política, na primeira década do século XXI, com o advento da comunicação digital³.

Apontamos aqui alguns elementos para a elaboração de uma investigação das modalidades de ação afirmativa, na interface da Comunicação & Política, o que – em última instância, pode atualizar a discussão da esfera pública nos espaços e tempos da cibercultura. Examinamos, portanto, as intervenções sociopolíticas por meio dos dispositivos telemáticos, delimitando, especificamente, o enfoque das estratégias de ação, os estilos de argumentação política e os “sistemas de resposta” (Braga, 2006), no contexto da comunicação em rede.

Particularmente, miramos a interlocução entre os discursos do blog de Marcelo Tas e os discursos que proliferam na dimensão da crise política, envolvendo o Senado Federal, em 2009. São narrativas telemáticas que nos permitem uma aproximação dos contornos da crise política, abrindo um campo de possibilidades para o acesso à informação pluralista e democrática.

O blog de Marcelo Tas, ou simplesmente o Blog do Tas, tem mediado vigorosamente a atual crise no Congresso Nacional. E através desta ferramenta, os agentes sociais advindos dos mais diversos “lugares de fala” têm se unido na atualização, crítica e vigorosa atuação nas discussões sobre o tema. Protestos populares têm sido divulgados, denúncias e cobranças têm sido feitas, de modo que o cidadão pode contemplar o seu próprio discurso de contestação expresso no ciberespaço.

A imprensa tem uma importância ímpar diante das crises políticas, como expressividade legítima da opinião pública, como uma via de acesso objetiva aos fatos, como meio de pressionar, de cobrar respostas e soluções. E o Blog do Tas – como um exercício de parajornalismo - surge legitimado pelo reconhecido trabalho de seu criador Marcelo Tas,

³ Este trabalho resulta da pesquisa em curso no Departamento de Comunicação, *Modernização Tecnológica e Desenvolvimento Social*, com colaboração dos pesquisadores (PIBIC/CNPQ): Alysson Viana Martins, *Convergência, Interação e Discurso nos Blogs*; Laiza Felix de Aguiar, *Mídia Colaborativa, Mobilidade e Produção Jornalística: Dos Blogs aos Microblogs*, e do PPGC/UFPB: Marina Magalhães Moraes, *A tribo dos jornalistas paraibanos: estudo da comunidade virtual Jornalismo Cultural – PB, no Orkut*; e Eliane Cristina Gomes de Medeiros. *O blog jornalístico como ambiente interativo de construção coletiva*.

desde os programas de TV Ernesto Varela (1984) e Os Netos do Amaral (1990), produtos memoráveis para o público brasileiro pela sua iconoclastia midiática.

Responsável por um histórico de trabalho inteligente, criativo e popular, e reportagens irreverentes, com humor, sagacidade e fina ironia, tem se posicionado radicalmente crítico e derrisório diante da atual crise do Senado Federal, no programa CQC (Rede Bandeirante) e no Blog do Tas.

Rastreando este blog, verificamos que, durante os cinco meses seguintes ao início das primeiras denúncias, um volume de 25 postagens dos internautas foi dedicado ao tema, e se remontarmos os quase três mil comentários, compreendemos o alto nível de participação e interatividade deste dispositivo. Em outras palavras, o Blog do Tas estabelece um espaço crítico fundamental para a expressão da indignação popular, e cria a oportunidade para a atualização dos discursos em torno da crise, um repertório importante de informações e revelações, que concedem transparência à trama das ocorrências ocultas no Parlamento.

A partir de uma observação mais detida dos posts detectamos a hipertextualidade característica do webjornalismo sendo posta em prática: são imagens, vídeos, falas, desenhos, charges, animações, tudo disponibilizado em conexão, de forma a atrair o cidadão/internauta, e estimular a sua interação de maneira ágil e diversificada.

Expressa-se assim o discurso do autor do blog, numa roupagem derrisória e humorada, fazendo a sátira política, sem perder de vista o compromisso com a ética e a objetividade da informação. Permanentemente, Marcelo Tas tem enfatizado o fato de que defende o Estado de Direito e que deseja apenas informar à opinião pública sobre as irregularidades realizadas pelos chamados “representantes do povo”.

Encontramos ali os elementos relevantes para uma análise das relações entre a mídia, o Estado, o Poder Legislativo e a sociedade. E especificamente contemplamos a dimensão propriamente interativa dos blogs, mirando as postagens do blogueiro, os comentários dos leitores e as respostas do próprio Tas aos usuários-eleitores-internautas.

Esta operação nos permite visualizarmos as “formas do discurso” no contexto da blogosfera, os níveis de influência da hipermídia junto aos internautas-cidadãos e o agenciamento coletivo de um “sistema de resposta”, provando que os internautas estão atualizados e empenhados no debate político.

O ciberespaço e a experiência política interativa

Estrategicamente, selecionamos algumas postagens relativas ao “caso Sarney”, filtrando as mensagens mais significativas para uma compreensão do tratamento dedicado à questão da crise política. E iniciamos com a citação de um enunciado de Marcelo Tas, como resposta indignada às revelações – divulgadas na televisão e no YouTube – dos telefonemas (grampeados), em que o Presidente José Sarney faz negociações com os familiares, distribuindo empregos públicos para os parentes e amigos, num flagrante caso de nepotismo:

Ontem, o senador José Sarney, melancolicamente, gaguejando, discursou no Senado, pedindo que a sociedade o julgue, não pelos recentes atos da nomeação de familiares por atos secretos, mas pelos 55 anos da vida pública dele. - OK, senador, já que o senhor está pedindo, vamos lá. Em respeito ao tempo das pessoas que aqui passam vou resumir em três pontos minhas premissas: 1. Por ter apoiado a ditadura militar e... depois Tancredo e... depois FHC e... agora Lula, confirmando sua atuação como radical de centro, um verdadeiro gafanhoto que se equilibra no poder segundo as conveniências para estar sempre desfrutando de benesses em nível federal e também...; 2. Por tudo que o senhor já causou e ainda causa ao sofrido povo do Maranhão onde sua família está desde antanho no poder e também... ; 3. Por ter sido eleito senador pelo Amapá, estado onde o senhor não tem domicílio - o que, by the way, é contra a lei - apenas para criar mais um curral eleitoral e ampliar seu espaço de poder sobre o sofrido povo brasileiro... Eis meu julgamento: Vossa Excelência está reprovado! P.S: Além de comentar aqui, você também pode enviar sua manifestação diretamente para o senador Sarney: sarney@senador.gov.br (Post escrito por Marcelo Tas às 07h47, 18/06/2009), (357) comentários.
In: **blogdotas, 26.10.2009**

Eis o discurso do comunicador perplexo, indignado, contestador, que, como cidadão, repórter, internauta, despe-se de sua veste cômica e articula um argumento lógico, razoável, denunciando as etapas de um itinerário político antidemocrático, autoritário, antiético, nepotista, que marcou a história política de José Sarney (e que na verdade, faz parte de uma tradição da política partidária brasileira, desde a época das capitânias hereditárias).

Por meio de um discurso irônico, crítico, desestabilizador, o blogueiro desvela particularidades que não aparecem na cena pública e cotidiana do Congresso Nacional. E aí, temos a configuração de um discurso que não é simplesmente objetivo, no sentido jornalístico tradicional, mas um argumento racional permeado por afetos, emoções e sentimentos indignados, reveladores do cuidado com a ética e a responsabilidade, e que ultrapassa uma mediação puramente sensacionalista e espetacular da notícia.

Convém observar como Tas - profissional de mídia - promove uma crítica das próprias encenações midiáticas, e como, astuciosamente, endereça aos internautas o domicílio virtual de Sarney, revelando o código de acesso à sua caixa postal eletrônica.

Os comentários dos internautas imersos nas leituras do Blog do Tas (com ou sem conhecimento especializado) emitem suas indignações e perplexidades, dialogando com o autor, o que resulta em instigantes provocações para o grande público, e implica numa vigorosa participação social nos processos comunicacionais, senão, vejamos:

Lamentável mas a situação exposta é verdadeira. Este cidadão de nome Sarney firmou um Currau Eleitoral aqui no meu Estado. Ausente, sem domicílio aqui. Veio se aproveitar de um povo frágil, carente de melhorias e que infelizmente acreditou em tudo que esse Senhor disse. Passei noites pedindo a Deus para que Sarney não fosse eleito, porém... Sabemos o resultado =/ Além do Maranhão e Amapá, qual será o próximo Estado que Sarney fará ficar a mercê de sua boa vontade em atuar pela melhoria coletiva e não apenas de sua família? Pensem nisso! (Marcilene) [Santana, AMAPÁ, Brasil] [23] [Tradutora] In: **blogdotas, 26.10.2009**

Com efeito, a importância deste tipo de comunicação mediada por computador reside na aproximação das fronteiras, entre indivíduos-internautas presencialmente e ideologicamente distanciados. O mérito do blog está em realizar a utopia do jornalismo clássico, criando um espaço público para a expressão das liberdades, oposições e adversidades, de maneira a configurar uma democratização da comunicação pelo caminho da cooperação digital e dinâmica interatividade.

No contexto fragmentado da comunicação em rede, infiltram-se os discursos “embasados no Direito, na jurisprudência”, conforme depreendemos, lendo o comentário de um suposto advogado e a consequente resposta do autor.

Caro Marcelo (não sei se vai ler, mas...) Sou seu fã. Não sou fã do Sarney. Entretanto, respeitosamente, gostaria de corrigi-lo em algo de seu post. Sarney tem domicílio sim no Amapá, e o tem de forma legal (e tb moral, antes que vc use este argumento). Acontece que domicílio eleitoral é adquirido de forma diversa do domicílio civil. A coisa não se resume em residir ou não em determinado local. E isto já acontecia antes de Sarney. FHC também foi convidado pelos políticos de Tocantins para disputar o Senado por aquele estado após deixar a presidência. Não o fez por motivos diversos à legalidade e à moralidade da questão. Juscelino e Getúlio tb se elegeram por outros estados para o senado e Jânio se elegeu dep federal pelo Paraná. É isso. ([Ruy Arruda] [São Bernardo do Campo - SP] [44] [advogado] 18/06/2009 09:51) In: **blogdotas, 26.10.2009**

Caro Ruy, as leis brasileiras são como os queijos suíços, cheios de buracos estratégicos. O que estou questionando aqui é qual a ética de um ex-presidente alegar um domicílio em outro estado para conseguir se eleger? Domicílio é algo puramente formal, frio como um segurança de boate na madrugada? Ou é algo a ser levado a sério por uma autoridade que resolve usar desse artifício para engabelar todo um estado ao qual ele não tem qualquer ligação? (Resposta do Tas) In: **blogdotas, 26.10.2009**

Contemplamos aqui o exercício de um princípio dialógico, pluralista, revigorando a comunicação jornalística, em que interagem os saberes especializados e a sabedoria espontânea dos internautas. E, ambas as posturas discursivas contribuem para a formação de uma agora pós-moderna, um espaço público que se instaura por um efeito de viralidade e disseminação global, mobilizando os usuários-eleitores-cidadãos.

Contudo, a marca registrada do trabalho de Tas é a junção do humor ácido e a competência argumentativa, é assim que ele informa a opinião pública; assim contribui para o desvelamento e transparência nos negócios públicos e para a consolidação do princípio democrático. Ao seu modo, mostra como “o rei está nu”. O seu estilo de fazer jornalismo inclui o gosto pela sátira, conforme podem demonstrar as charges inseridas nos seus posts, e particularmente, na maneira como tira partido das réplicas dos políticos, fazendo novos chistes, que são postados no seu “diário virtual”:

"Fora. O presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), pediu ao primeiro-secretário, Heráclito Fortes (DEM-PI), que retirasse as credenciais da equipe do humorístico "CQC". Sarney alega que a instituição foi desrespeitada em recente quadro do programa da Band, no qual foi chamado de "dinossauro". "

(Post escrito por Marcelo Tas às 12h25) In: **blogdotas, 26.10.2009**

A conexão entre dispositivos diferentes como a mídia impressa, os programas de televisão, os sites da internet, os blogs, os twitters (miniblogs) é sintoma de um estilo de comunicação global, que pode atuar num sentido afirmativo, pois instiga a aproximação entre agentes sociais de faixas etárias e socioeconômicas diferentes, usando linguagens distintas a partir de suportes diferenciados.

O espaço público digital ensinado pelas crianças

Por meio do uso do twitter, a partir do Blog do Tas, flagramos as intervenções surpreendentes de crianças e adolescentes que usam as “maquinas de comunicar” para defender seus pontos de vista. Tas intitula uma postagem em seu blog, assim: “Comentários que salvam o meu dia”. Aqui o comunicador reporta, entusiasticamente, a mensagem “twitada” pela criança Ana Paula Crivillari, de 12 anos.

O twitter já revolucionou a comunicação (07/07/2009 14:27). Adorei esta entrevista. Parabéns Tas você sabe escolher bem as palavras! eu também apoio o #forasarney, apesar de toda minha família falar que eu não tenho idade para me preocupar com a política mundial. Toda vez que passa uma reportagem no

telejornal sobre política eu saio correndo em direção a televisão e presto "muita" atenção em tudo. Graças ao CQC que fez eu me interessar por esse assunto...Valeu CQC e "bjão" pra "vc" Tas. (Ana Paula Crivillari, 08/07/2009, 09:59). In: **blogdotas, 26.10.2009**

E Tas responde calorosamente à jovem internauta: “Ana Paula, 12 anos, interessada em política por conta do programa CQC (Custe o que custar), passou por aqui e salvou o meu dia. Obrigado, querida. La lucha continua!”. E a interação prossegue, com outro comentário da jovem, logo respondido pelo repórter.

De fato, as mídias digitais atualizam a idéia de liberdade de expressão, criando um ambiente possível para o exercício da comunicação mediada pelo computador.

A convergência midiática realizada pelas intervenções mútuas entre o programa CQC e o Blog do Tas, terminam por encorajar o espaço público midiático, televisual e digital, fortalecendo as expectativas sociais no que diz respeito às aspirações de saneamento da política nacional. Por essa via ganham concretude as críticas à desordem política do Congresso Nacional e particularmente ao Presidente do Senado Federal; o que se traduz no argumento de uma internauta correspondendo-se com o blogueiro Tas:

Que bom que o CQC ajuda na conscientização da política no país. Não há interesse no investimento em educação justamente por causa desse barulho que o CQC faz, mas na verdade todos nós deveríamos seguir o lema custe o que custar! Para ajudar com a divulgação: Segunda passeata Fora Sarney em São Paulo, dia 11/07 às 14h, em frente ao MASP. Só um adendo final para as pessoas que criticam as atitudes do CQC. Eles nunca vão agradar a todos mesmo, mas fazem a parte deles em divulgar alguns dos milhões de erros que temos. Como vimos pelo comentário da pequena Ana Paula, o CQC chamou a atenção dela para outros assuntos políticos e isso que realmente importa. Beijos [Laís Ferreira] [São Paulo, SP - Brasil] [19] [Publicitária] 08/07/2009 12:50. In: **blogdotas, 26.10.2009**

O Método e as experiências midiáticas interativas

Conforme enunciamos, este trabalho é parte inicial de uma pesquisa em curso, em que visamos problematizar o estatuto da experiência política e a sua mediação pelos profissionais da informação e da comunicação, no Brasil contemporâneo. Esforçamo-nos então em apreciar as modalidades de discursos que conformam o chamado espaço público midiático digital. Logo, dedicamo-nos a um mapeamento seletivo dos sites da internet, contendo as narrativas elaboradas pelos jornalistas e especialistas políticos.

Os critérios de escolha foram metodologicamente norteados a partir dos níveis quantitativos e qualitativos dos conteúdos; ou seja, examinamos as ferramentas registradoras

do volume de acessos aos sites, a disponibilização dos espaços para as respostas e comentários dos leitores, os dispositivos adequados à medição da estatística das intervenções e interações. E, buscamos igualmente apreciar a qualidade dos discursos dos analistas políticos, observando à sua competência comunicativa (clareza, concisão, objetividade, inteligência e sensibilidade na reportagem dos fatos) e, principalmente, a sua conduta ética na argumentação e predisposição ao diálogo, usando uma ferramenta dinâmica e inovadora, que atinge ampla diversidade de público.

O alto índice de participantes desta experiência comunicativa comprova que existe a sedimentação de uma camada social politicamente ativa, interagindo com as informações midiáticas, e grande parte deste substrato é formada pela massa crítica de intelectuais, homens públicos, pesquisadores, jornalistas, analistas políticos, que atuam na academia, no mercado editorial, na mídia, e que descobriram a rede como um meio eficiente de interação da comunicação política.

O trabalho científico dos analistas da comunicação política tem explorado as práticas midiáticas, nos diversos níveis institucionais, organizacionais, e têm se empenhado em ações voltadas para a elevação da qualidade da informação política, a partir do uso dos meios de comunicação interativos.

Encontramo-nos num campo de empiricidade efetivamente novo e algumas questões se inquietam solicitando enfoques atualizados. Cumpre reconhecer algumas transformações que ocorrem no domínio da experiência política e suas conexões midiáticas; convém perceber como o “senso comum” irradiado pela estética e significação audiovisual, usando as mídias interativas, passa a responder e cooperar na produção de um novo significado à comunicação política.

A midiatização social trouxe um fato novo que traduz – de certo modo - um princípio de transparência (pelo uso de câmeras, vídeos, canais de televisão em cadeia), dando visibilidade ao exercício da atividade político-partidária.

Novas estratégias críticas são convocadas a partir do poder de monitoramento das mídias. E numa perspectiva mais democrática, caberia examinar em que medida surge então a possibilidade social de intervenção comunicativa.

É preciso elaborar uma reflexão que esclareça a natureza econômica, sociotécnica e cultural da experiência política nos tempos do ciberespaço. Neste sentido o aporte teórico dos analistas pode nos transportar de um ponto de vista meramente tecnicista, instrumental, para

uma postura analítica, crítico-compreensiva da dinâmica da relação entre os cidadãos, a política e as mídias interativas.

Quando os e-leitores conseguem desestabilizar a correspondência dos políticos profissionais através da transmissão de mensagens, a partir de meios prosaicos, como os telefones celulares, precisamos rever os nossos pressupostos sobre a comunicação social e as tecnologias da informação, e repensar igualmente os nossos métodos de análise, reconhecendo a dinâmica inteligente das novas relações entre os indivíduos, as mídias e as intervenções sociotécnicas no espaço público.

O pensamento acadêmico, assim, é convocado a aliar a razão, a sensibilidade e a percepção sensorial na era das mídias digitais. A supremacia da visibilidade – no tempo forte da televisão, das mídias massivas - impôs novas regras à reflexão, ao debate intelectual, à assimilação crítica da lógica das imagens; e hoje - na era digital, das mídias pós-massivas - encontramos-nos diante de um novo paradigma sociotécnico, político e comunicacional, numa ambiência que absorve as emanções da cultura de massa, mas se distingue também pelo fato de ser inteiramente atravessada pelas linguagens líquidas, hipertextualidade e convergência midiática.

A experiência política na era da informação exige transformação da práxis intelectual, reconhecendo o potencial das leituras imersivas, das linguagens polissêmicas, das novas gramáticas sociopolíticas que proliferam no cotidiano.

Os jornalistas (internautas e blogueiros), usando os dispositivos da “inteligência coletiva”, podem contribuir no trabalho de mediação entre a experiência social e a experiência política. Apostamos nessa estratégia comunicativa porque aproxima gerações de leitores e cidadãos diferenciados, porque reúne públicos distintos, formados por iniciantes, iniciados, escolarizados, autodidatas, e porque acolhe interesses cognitivos, estéticos e políticos advindos de diversos segmentos sociais. Caberia, enfim, analisar o saldo desta experiência, que passa pelo crivo das negociações e contratualidades, conferindo um novo sentido à ação comunicacional.

Convém perceber a competência viral dos sites (públicos e privados) eticamente orientados para levar ao público uma informação substantiva da crise política do Poder Legislativo, particularmente do Senado Federal, de maneira séria, responsável e conseqüente. Faz-se necessário examinar em que medida os jornalistas e blogueiros têm utilizado suas competências técnicas e cognitivas no uso dos sites, tratando da experiência política, virando do avesso as estratégias midiáticas restritas à diversão e ao entretenimento. Cumpre observar

como os blogueiros conseguem driblar os jogos de interesse, as pressões externas e os condicionamentos mercadológicos.

Refaríamos - a propósito - a pergunta de Marcondes Filho: “Quem manipula quem?” (1986), na interação social realizada através dos jogos de linguagem midiáticos.

Os blogs e as interfaces da Comunicação Política

Em termos analíticos, na mídia impressa, em sua forma clássica, o campo do observador está voltado para a conexão das potencialidades do texto e da imagem. Os jornais (e as revistas) - no auge da cultura impressa, urbana, industrial - foram mais competentes junto à esfera pública na medida em que puderam fisgar os leitores através de um campo gravitacional energizado pela conexão entre imagem e texto.

Os telejornais (e os documentários em vídeo), por sua vez, foram estratégicos na captura da audiência pela dinâmica da conexão entre a cultura da oralidade e a cultura tecnológica das imagens em movimento. Hoje, na dita era digital, tudo isso é remontado e acrescido pela dimensão da hipertextualidade, mobilidade e interconectividade, transformando os leitores em potenciais editores; configura-se doravante, com a inserção da telemática, um campo comunicacional em que os gêneros discursivos são irradiados pela interacionalidade, lançando novos desafios ao observador.

Primeiramente, no que concerne à interface da Comunicação & Política, faz-se necessário distinguir no campo da Experiência de produção da informação e do conhecimento, a paciência do empírico (da experiência) e a velocidade do empiricismo (como instrumentalidade). Para isso é preciso recorrer à abstração elaborada pelos teóricos da comunicação política, reconhecendo os seus conceitos, noções, categorias, modelos de análise e pontos de vista interpretativos, para apreendermos o sentido essencial da experiência política e sua mediatização.

Nesta esteira, relendo as obras de pensadores clássicos e modernos, como Hobbes, Maquiavel, Weber, Tocqueville, Arendt, Habermas, Sennet, Bobbio, Giddens, Boaventura dos Santos, Negri, Claus Offe, Schwartzberg, entre outros, encontramos os textos fundamentais para entendermos os meandros da atividade política, passagens obrigatórias para a mediação entre o pensamento comum e o pensamento político.

E, para o exercício de uma reflexão que ultrapassa a mera dimensão da política partidária, faz-se necessário recorrer aos estudiosos de jornalismo, filosofia, antropologia,

psicologia e experiência política como Alberto Dines (1997), Marilena Chauí (2006), Renato Janine Ribeiro (2005), Jurandir Freire Costa (1994), e outros, cujas obras esclarecedoras vêm ampliar o nosso ângulo de observação, instigando-nos a perfazer “o trabalho em migalhas”, investigando as articulações entre a ética, as estruturas e as conjunturas políticas. A recorrência aos estudos mais sistemáticos e elaborados possibilita uma contextualização sócio-histórica e ao mesmo tempo nos leva a refletir acerca dos modos de atualização da experiência política cotidiana.

Dentre os estudos analíticos da interface Comunicação & Política, cumpre destacar os esforços de Afonso Albuquerque (1999), Wilson Gomes (2004), Albino Rubim (2004), Fausto Neto (2001), Venício Lima (2004), Luiz Gonzaga Mota (2002), Luiz Signates (2009), Maria Helena Weber (2000), Muniz Sodré (2006; 2009), Vera França (2009), entre outros, como bases fundamentais para a compreensão do tema.

O olhar do marketing político se torna mais aguçado a partir da assimilação das contribuições propostas pela massa crítica dos pesquisadores e analistas políticos, cujo poder de argumentação se funda em sólidas bases científicas, teórico-conceituais, epistemológicas, conforme demonstra o livro Marketing político, do comício à internet, organizado por Queiroz, Manhanelli & Barel (2007).

Considerações Finais

O fim da exigência dos diplomas para o exercício do jornalismo trouxe, entre outros problemas, um certo desencorajamento dos esforços na construção de um espaço institucional e epistemológico voltado para a crítica da produção do conhecimento especializado em Comunicação & Política. Mas, evidentemente, nos cursos de Comunicação, particularmente na habilitação em Jornalismo, assim como nos Centros e Departamentos de Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas, apostamos que prosseguirão as pesquisas e os debates acerca das relações entre comunicação e política.

Tudo isso se configura não a partir de uma decisão jurídica, político-administrativa ou curricular, mas é resultado das próprias demandas sociopolíticas, dos fluxos do mercado e das formas colaborativas da esfera pública, experiências que exigem um estudo sistemático para se entender a complexa relação entre a sociedade, a produção midiática e a atividade política.

Em linhas gerais, buscamos apresentar aqui - empiricamente e teoricamente - elementos favoráveis para uma compreensão da lógica das mediações entre a experiência

política e a sua versão midiaticizada; por este caminho podemos estender a imagem conceitual de espaço público digital.

A partir da nova configuração midiática propiciada pelos blogs, podemos nos aproximar das interrelações entre o Estado, a sociedade, o mercado, e o chamado quarto poder (da mídia), instâncias atravessadas por várias formas de pretensão da verdade.

Neste contexto, em que se inserem novas modalidades comunicativas, como o youtube (registros audiovisuais) e podcast (registros das vozes), instauram-se novas modalidades de revelação dos segredos no mundo da política. Logo, novos contornos se desenharam para um entendimento do fato político na era da ultra-reprodutibilidade técnica, conforme mostra o caso Sarney, publicizado tanto nos blogs meta-jornalísticos como o blog do Tas, e em sites de vídeos como o YouTube. De algum modo, com a ascensão das ditas mídias interativas assistimos ao crepúsculo do coronelismo eletrônico, uma vez que os políticos tradicionais demonstram desinteresse, desconhecimento e incompetência para tratar das mídias digitais. Finalmente, a montagem das narrativas telemáticas, em última instância, pode levar à desmontagem dos discursos populistas, como atesta a experiência anárquico-ativista do Blog do Tas.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, A. “Um outro ‘quarto poder’: imprensa e compromisso político no Brasil”. In: Revista Contracampo, nº 4, 2000.

Aventuras dos Netos do Amaral. In: O Estado de S. Paulo, 23/12/1990
<http://marcelotas.uol.com.br/imprensa-criticas-interna.php?idConteudo=78> acesso em:
26.10.2009

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio: Zahar, 2001.

Blogdotas http://marcelotas.blog.uol.com.br/arch2009-02-01_2009-02-15.html acesso:
26.10.09

BRAGA, J.L. *A sociedade enfrenta a sua mídia*. S. Paulo: Paulus, 2006; ____ *O Pasquim e os anos 70*. Mais pra Epa que pra Opa. Brasília: UnB, 1991.

CASTELLS, M. A era da intercomunicação. In: Le Monde Diplomatique, ago./2006
<http://wiki.softwarelivre.org/Blogs/BlogPostMarceloBranco20070311172957> Acesso:
30.08.2009

CHAUÍ, M. *Simulacro e poder*. Uma análise da mídia. S. Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

DINES, A; VOGT, C; MARQUES DE MELO, J. *A imprensa em questão*. Unicamp, 1997.

DOWNING, J. *Mídia Radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. S. Paulo: SENAC, 2002.

Ernesto Varela está de volta. In: Folha de S. Paulo, 20/08/2006.

<http://marcelotas.uol.com.br/imprensa-reportagens-interna.php?idConteudo=146> Acesso: 26.10.09

FAUSTO NETO, A. *Práticas midiáticas e espaço público*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

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

FRANÇA, V.V. “Comunicação e Política: edifica-se uma tradição”. In: Revista Eletrônica Compós <http://www.facom.ufba.br/revistacompos> Acesso: 30.08.2009

FREIRE COSTA, J. *A ética e o espelho da cultura*. Rio: Rocco, 1994.

HABERMAS, J. *Mudança estrutural na esfera pública*. Rio: Tempo Brasileiro, 1984.

KERCKHOVE, D. *A pele da cultura*. Investigando a nova realidade eletrônica. Annablume, 2009.

LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e vida social*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIMA, V. A. *Mídia: Teoria e Política*. Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

MARCONDES FILHO, C. *Quem manipula quem?* Petrópolis: Vozes, 1986.

MARTINS, F.M; MACHADO DA SILVA, J. (org.) *A genealogia do virtual*. Comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2008.

NUNES, L. Renato Janine Ribeiro: Filósofo debate TV e ética no Roda Viva. In: Observatório da Imprensa, 03.05.2005. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=327TVQ004>. Acesso em: 26.10.2009

MOTA, L.G. (org.) *Imprensa e Poder*. Brasília: UnB, 2002.

PRADO, J.L.A. (org.) *Crítica das práticas midiáticas*. Da sociedade de massa às ciberculturas. S. Paulo: Hacker, 2002.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007; ____ A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. In: Revista Galaxia. <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1912/1174>

QUEIROZ, A; MANHANELLI, C; BAREL, M.S. (org.) *Marketing Político. Do comício à internet*. S. Paulo: ABCOP – Associação Brasileira de Consultores Políticos, 2007.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RUBIM, A. *Comunicação & Política. Conceitos e abordagens*. S. Paulo: UNESP, 2004.

SANTOS, B.S. *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. S. Paulo: Cortez, 2006.

SIGNATES, L. “A democracia e a imagem do parlamentar no Brasil”. In: Site Quarto Poder.info, 26.08.09 Acesso: 30.08.2009

<http://quartopoder.info/a-democracia-e-a-imagem-do-parlamentar-no-brasil-por-luiz-signates/>

Site Fora Sarney <http://forasarney.com.br/> Acesso: 30.08.2009.

SODRÉ, M. *As estratégias sensíveis*. Ed. Vozes, 2006; ____ *A narração do fato*. Notas para uma teoria do acontecimento. Vozes, 2009.

SCHWARTZENBERG, R.-G. *L'État spectacle*. Paris: Flammarion, 1977.

THOMPSON, J.B. *O escândalo político. Poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

WEBER, M.H. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000.