

COMUNICAÇÃO, CULTURA E PODER PÚBLICO

Simone Antoniaci Tuzzo¹ e Claudomilson Fernandes Braga²

Resumo

Este artigo objetiva refletir sobre os conceitos de Comunicação, Cultura e Poder Público, em uma perspectiva da noção de cultura sob o prisma do seu significado quando aplicado e originado em razão das ações governamentais. Partindo da noção de que as ações governamentais, sobretudo, em relação aos aspectos culturais projetam a imagem do próprio governo, é possível afirmar que estas ações podem ser consideradas formadoras da imagem e contribuem para a construção da opinião pública tendo como aporte de sustentação os trabalhos culturais desenvolvidos para os diversos públicos.

Palavras-chave: Imagem. Opinião Pública. Trabalhos culturais.

COMMUNICATION, CULTURE AND PUBLIC POWER

Abstract

This article aims to consider the concepts of communication, culture and public power, in a perspective of the concept of culture through the its meaning when applied and originated because of government actions. Based on the notion that government actions, especially in relation to cultural aspects, reflect the image of the government itself, it is possible to affirm that these actions can be considered as forming of the image

¹ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Professora Efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM e Professora Adjunta da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC, da Universidade Federal de Goiás – UFG. E-mail: Simonetuzzo@hotmail.com.

² Doutor em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUCGO. Professor Efetivo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM e Professor Adjunto da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC, da Universidade Federal de Goiás E-mail: milsonprof@gmail.com

and contribute to the construction of public opinion having as support the contribution of cultural works developed for different audiences.

Key words: Image. Public opinion. Cultural works.

Introdução

A cultura sempre esteve nos discursos de qualquer dirigente político. Apesar de muitas vezes não ser tratada como assunto prioritário, todo administrador público sabe da importância de ser reconhecido como indivíduo preocupado com as questões culturais. Assim, as políticas públicas voltadas para os aspectos culturais, tais como as atividades ou a preservação do patrimônio público cultural, são capazes de projetar a imagem de um administrador para toda a sociedade, mesmo se tendo a compreensão de que o social por definição é composto de diversos públicos que farão uso desse bem simbólico a partir de suas predileções. Deste modo, o prestígio do administrador está intrinsecamente ligado à qualidade e a frequência de suas realizações, uma vez que, cultura trabalha com a informação, a emoção e a formação de imagem do governo.

A questão central é “o que se realiza a título de cultura”. A cultura tende a ser caracterizada como o supérfluo, o descartável, quer seja pelo administrador público, quer seja por grande parte da sociedade, que prefere uma atuação política voltada para a saúde, a segurança ou a educação, anseios concretos, bem definidos para qualquer cidadão e que estão na pauta das necessidades essenciais para a existência em sociedade.

É nesse sentido que a comunicação surge como aliada à administração Pública no tocante às questões culturais, pois somente em razão da informação e pela informação se pode fazer com que a sociedade se conscientize de que talvez a principal chaga que afeta uma comunidade seja a ignorância, para a qual o principal “medicamento” é uma política pública de cultura estabelecida e fortalecida. De qualquer forma surge neste sentido uma questão de suma importância na compreensão da construção da imagem pública em função das políticas públicas voltadas

à cultura; o próprio conceito de cultura.

Compreendendo o Conceito

Para a maioria dos autores, a origem da cultura tem suas explicações de natureza física e social. Como Claude Lévi-Strauss, que considera que a cultura surgiu no momento em que o homem convencionou a primeira regra, a primeira norma. Laraia (2001) conclui dizendo que a cultura desenvolveu-se simultaneamente com o próprio equipamento biológico e é, por isso mesmo, compreendida como uma das características da espécie, ao lado do bipedismo e de um adequado volume cerebral.

Modernamente, os principais esforços da antropologia moderna na reconstrução do conceito de cultura tem utilizado o esquema elaborado pelo antropólogo Roger Keesing em seu artigo “Theories of Culture”, no qual classifica as tentativas modernas de obter uma precisão conceitual. Segundo Laraia (2001) apud Keesing, às teorias que consideram a cultura como um sistema adaptativo, difundida por um neo-evolucionistas como Leslie White e pelas teorias idealistas de cultura, que subdivide em três diferentes abordagens. A primeira delas é a dos que consideram cultura como sistema cognitivo, produto dos chamados “novos etnógrafos”. A segunda considera cultura como sistemas estruturais, ou seja, a perspectiva desenvolvida por Claude Lévi-Strauss, “que define cultura como um sistema simbólico que é uma criação acumulativa da mente humana”. E a terceira e última é a que considera cultura como sistemas simbólicos, uma corrente defendida, sobretudo nos Estados Unidos, por antropólogos como Clifford Geertz e David Schneider.

Desde modo, Laraia (2001) conclui que os antropólogos sabem de fato o que é cultura, mas divergem na maneira de exteriorizar este conhecimento. Sintetizando as informações existentes, Ramos (1958, p. 25) afirma que “a cultura é a soma total das criações humanas. É tudo o que o homem faz ou produz, no sentido material e não material”.

Melo (1978, p. 109) trata esse conceito como “global e globalizante, que eleva ao mesmo plano as noções de cultura e sociedade [...] reduzindo o fenômeno cultural à horizontalidade da criação e da produção humana”.

Vale a pena pensarmos também no conceito de Morin (1967, p. 17), para quem a cultura é um complexo de símbolos, numa dimensão sócio-psicológica, em que “uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções”, explicando que tal penetração se realiza através dos mecanismos da projeção e da identificação, fornecendo pontos de apoio à vida prática e à vida imaginária.

Vemos, portanto, dois extremos sobre a definição de cultura, um que a amplia e outro que a delimita. Aqui chama a atenção a realidade policultural acentuada por Morin (1967, p. 17). Para ele uma cultura “faz-se conter, controlar, censurar” pelas demais culturas, e, simultaneamente “tende a desagregar a outras culturas”.

Neste sentido, Melo (1978) analisa o fato e destaca a importância da comunicação neste complexo sistema de interdependência entre as diferenças culturais e argumenta que provavelmente a única possibilidade desta inter-relação ocorrer sem que necessariamente uma cultura se sobreponha a outra de modo a não ocorrer aquilo que os antropólogos denominam de aculturação:

focos culturais de naturezas diferentes que se encontram em dinâmica nas sociedades modernas, tais como a religião, o Estado Nacional, a tradição das humanidades, a tradição popular, os movimentos de massa etc [...] os focos introduzem a noção de sociedades policulturais. Assim, ao lado de uma cultura nacional, de uma cultura religiosa, sobrevivem, em sistema de interdependência, uma cultura clássica, uma cultura popular, uma cultura de massas etc [...] o que proporciona de fato essa relação interdependente entre as várias culturas numa sociedade, sem desfigura-las, é o fenômeno da comunicação. Os grupos, as classes, as instituições não estão hermeticamente fechados, intercomunicam-se permanentemente. Não obstante disporem de simbolismos diferentes, há entre elas uma faixa comum (MELO, 1978. p. 110)

A parcela de igualdade entre os diferentes grupos ou indivíduos da sociedade, a que se refere Melo (1978), é explicada por Schramm (1965) como:

Um campo de experiências comum que permite a troca de suas práticas de vidas, dos seus usos e costumes, das suas concepções. Isso, ademais da mobilidade dos indivíduos, que ao deixarem um extrato social e ao passarem a integrar outro, levam consigo todos os símbolos da cultura originária e absorvem os símbolos da nova cultura. (SCHRAMM, 1965, p. 5)

Assim, podemos dizer que, em um processo cultural envolvendo tudo o que se refere à preservação de patrimônio, por exemplo, inserido numa política pública cultural, o público a que se destina este conjunto de ações deve ser analisado. Parece inevitável argumentar que é função da equipe de cultura de um administrador público encontrar a faixa comum de características culturais dos indivíduos ou grupos da sociedade e trabalhá-los em conjunto, ao mesmo tempo ter a sensibilidade para destacar as diferenças e também atender seus anseios, a fim de que seja adotada uma política cultural integradora e não de exclusão..

Essa deve ser a principal função das pessoas ligadas à cultura, ou seja, proteger a diversidade e valorizar o multiculturalismo. Não é uma tarefa fácil, tendo em vista que o próprio processo de globalização, atrelado ao crescimento acelerado das desigualdades sociais desvia-nos desse caminho. O mundo moderno é hoje muito mais próximo, as novas tecnologias nos interligam e é normal sabermos mais sobre o vizinho americano ou europeu do que sobre a vida de alguém da própria comunidade. Estamos na “aldeia global”, outrora prevista por McLuhan (1967), onde as “novas tecnologias de informação destroçam as fronteiras físicas entre as nações, expondo os indivíduos a uma cultura mundializada que pode minar pela base as identidades nacionais ou regionais”. (Mc LUHAN, 1967, p. 64).

Para Konder (1995) “a cultura tem que ser viva, dinâmica e capaz

de se transformar, sempre em sintonia com a realidade. O cerne de qualquer política cultural consequente só pode ser a valorização do multiculturalismo” (KONDER 1995, p. 4). E o autor avança em suas considerações, acreditando que a cultura só sobrevive “da cooperação entre as diversas etnias, a fraternidade entre todas as comunidades, a ajuda recíproca entre as diferentes culturas, que forma um multiculturalismo solidário”. (KONDER 1995, p. 4).

A cultura de uma Cidade, por exemplo, está fundamentada em toda a sua composição física e no espírito de sua população, com uma grande contribuição de seus acontecimentos históricos e o passado de seu povo, podendo começar a ser traçada muito antes da sua fundação.

No tocante à cultura a partir de aspectos políticos, não se pode esquecer do processo político-partidário e que interfere diretamente nas políticas de cultura de uma gestão em qualquer uma das instâncias governamentais (municipal, estadual ou federal). A liberdade para as questões culturais que se verifica em cada partido político, por exemplo, pode não ser favorável a uma localidade, mas diz respeito à uma política traçada pelo partido, para todo e qualquer local. O que se verifica com muita frequência é a adoção de políticas culturais sendo traçadas em cada uma das gestões políticas, muitas vezes com a cultura sendo mesclada com outros objetivos, como os educacionais ou os esportivos, por exemplo. A falta de uma política cultural fundamentada faz com que os projetos culturais se adaptem a acontecimentos circunstanciais.

Outro fato muito comum é a inexistência de registros das políticas culturais pelas prefeituras ou secretarias de Estado, não existindo sequer documentos em arquivos oficiais, restando, muitas vezes, a possibilidade apenas de registros gravados pela imprensa local.

O que é Cultura na Visão Governamental

Para que pudéssemos compreender um pouco do discurso sobre o significado de cultura, foi feita uma busca a partir do site do governo federal e uma investigação em arquivos sobre uma cidade brasileira, no caso a Cidade de São Caetano do Sul, em São Paulo, que é considerada

a cidade com maior IDH do País.

A partir do relatório de 2010, o IDH combina três dimensões: grau de escolaridade: média de anos de estudo da população adulta e expectativa de vida escolar, ou tempo que uma criança ficará matriculada; renda: Renda Nacional Bruta (RNB) per capita, baseada na paridade de poder de compra dos habitantes. Esse item tinha por base o PIB (Produto Interno Bruto) per capita, no entanto, a partir de 2010, ele foi substituído pela Renda Nacional Bruta (RNB) per capita, que avalia praticamente os mesmos aspectos que o PIB, no entanto, a RNB também considera os recursos financeiros oriundos do exterior e nível de saúde: baseia-se na expectativa de vida da população e reflete as condições de saúde e dos serviços de saneamento ambiental.

Segundo o site da cidade de São Caetano do Sul, “A cultura atua nas áreas de artesanato, artes plásticas, dança, música, teatro, cinema e literatura, além de oferecer projetos, atividades, workshops e oficinas culturais nas mais variadas linguagens artísticas”. Em função destas caracterizações a cidade realiza ações esporádicas para cumprimento do que se define como cultura.

Investigando os arquivos históricos da Cidade, podem ser encontradas tentativas de criação de uma política de cultura, mas que se perde a cada gestão, ou seja, a política partidária se sobrepõe à política cultural e cada administrador municipal recria suas metas culturais com base em suas metas governamentais e de ênfase em cada público que queira atingir.

Na década de 1990, por exemplo, o Professor Ítalo Dall’Mas, Assessor de Cultura do município governado por legenda do PTB, define as diretrizes de cultura da cidade, apoiado no tripé: “Filosofia da Cultura; praxe cultural; aplicação e exercício” (TUZZO, 1995, p. 54). Mas o documento foi amplamente criticado pela sociedade, sobretudo, pela mídia local, tendo em vista que muito antes de traçar uma política de fato, com ações concretas e definidas, com definição de públicos e objetivos, o que o autor do texto fez foi um ataque à Indústria Cultural, generalizando a mídia de massa como uma contra cultura, ou um não serviço à cultura formal.

Para a mídia, a tentativa de criação de uma política cultural era

“confusa e discriminatória, com uma grande confusão de conceitos”; além disso o texto de Ítalo trazia um trecho altamente polêmico: “O relaxamento moral dos povos refletiu-se na cultura porque esta somente se baseou na manifestação ou explosão dos instintos humanos [...] a moral, no entanto é a base da cultura. Provam-no as desinteligências e os conflitos entre os indivíduos e entre as nações” (TUZZO, 1997, p. 55)

Ítalo não explicou o que seria o “relaxamento moral” que tem um poder tão grande, capaz de provocar conflitos entre as nações. Pouco depois o autor das novas políticas culturais saiu do Governo que optou por não alimentar a imagem negativa que se formou em diversos públicos da sociedade.

Na verdade o exemplo acima é somente uma ilustração da necessidade de se traçar metas e definições generalizadas que vão se construindo com ações temporárias práticas e que causa menos possibilidades de formação de imagens negativas aos governos em suas várias instâncias.

Em âmbito federal, sob o título de cultura registradas no site do Ministério da Cultura, encontramos uma noção que define cultura como sendo uma relação temporal de cumprimento de uma imagem que poderíamos definir como “politicamente correta”, dando conta de contemplar diversos segmentos da sociedade, sem a perspectiva de magoar ou excluir ninguém.

Abaixo alguns exemplos do que está sendo oferecido pelo governo como metas e ações de cultura:

1) Promover, preservar e difundir o patrimônio e as expressões culturais afro-brasileiras, com ações de preservação da cultura e o patrimônio afro-brasileiro através da execução de 250 projetos específicos Implantação do Centro Nacional de Informação e Referência da Cultura Negra, remanescentes de quilombos, tradicionais e de terreiros;

2) Formular e desenvolver política pública de cultura com participação social e articulação intersetorial e federativa;

3) Promover a cidadania e a diversidade das expressões culturais e o acesso ao conhecimento e aos meios de expressão e fruição cultural, com a implantação de escolas técnicas de cultura; Núcleos de cidadania cultural; central de atendimento ao Proponente, implementação de

plataforma digital de amplo acesso para medição e monitoramento das condições de acesso à cultura; realização de seminários ou oficinas, em âmbito nacional, estadual e municipal, para formação, qualificação e capacitação da participação de agentes públicos e da sociedade civil em instâncias colegiadas e na formulação e acompanhamento da política cultural

4) Promover a economia criativa contribuindo para o desenvolvimento econômico e sociocultural sustentável, com ações como Implementação de Política Autoral, implementação de 30 incubadoras de empreendimentos criativos; realização de circuito nacional de feiras de livros implantado em parceria com o setor produtivo do livro e registro de obras intelectuais;

5) Promover o acesso ao livro e à leitura e a formação de mediadores, no âmbito da implementação do Plano Nacional do Livro e Leitura e do fomento à criação de planos correlatos nos estados e municípios, com apoio a projetos sociais de leitura; bibliotecas comunitárias; bolsas de incentivo à criação, formação, produção, difusão e intercâmbio literário; criação da Rede Popular do Livro Acessível; modernizar ou implantar 241 bibliotecas públicas;

6) Preservar, identificar, proteger e promover o patrimônio cultural brasileiro, fortalecendo identidades e criando condições para sua sustentabilidade, com projetos sobre patrimônio cultural por meio de ações de fomento; conservação e restauração em bens do Patrimônio Cultural; fiscalização e monitoramento de bens do patrimônio cultural; ações de salvaguarda de bens de natureza imaterial; intervenção em bens de natureza material; ações de reconhecimento de bens culturais de natureza material e imaterial; ações de identificação de bens culturais de natureza material e imaterial; obras e serviços de conservação e manutenção de bens culturais protegidos

7) Promover o direito à memória dos cidadãos brasileiros, preservando, ampliando e difundindo os acervos museológicos, bibliográficos, documentais e arquivísticos e apoiando a modernização e expansão de suas instituições, redes, unidades e serviços.

8) Regular, fiscalizar e fomentar a indústria audiovisual, visando ao seu desenvolvimento, ao fortalecimento das empresas nacionais, à

ampliação da produção, inovação e difusão das obras e dos serviços audiovisuais brasileiros, assim como à garantia de acesso à população, com metas como a participação da produção nacional no mercado cinematográfico do Brasil; ampliar a exibição das obras brasileiras no segmento de TV por assinatura

9) Fomentar a criação, difusão, intercâmbio e fruição de bens, serviços e expressões artísticas e aperfeiçoar e monitorar os instrumentos de incentivo fiscal à produção e ao consumo cultural, com ações como a capacitação de artistas, técnicos e produtores de arte e cultura; promoção de 521 Eventos de Intercâmbio entre Artistas, Técnicos e Agentes Culturais.

10) Implantar, ampliar, modernizar, recuperar e articular a gestão e o uso de espaços destinados a atividades culturais, esportivas e de lazer, com ênfase em áreas de alta vulnerabilidade social das cidades brasileiras, com ações como a implantação e indução à gestão de 1000 Praças dos Esportes e da Cultura em municípios caracterizados pela baixa presença de equipamentos e pela alta vulnerabilidade social

11) Produzir e difundir pesquisas e conhecimento constitutivo da cultura brasileira e desenvolver política nacional de integração entre cultura e educação, com ações como a implementação do Programa Mais Cultura nas Escolas.

Ações Culturais na Construção da Opinião Pública

Ações culturais podem fazer com que os políticos (nas suas várias instâncias governamentais) consigam se projetar positivamente para os seus diversos públicos de interesse de uma determinada sociedade. Nos últimos tempos a sociedade passou a atribuir o dever de produção cultural também às organizações privadas e não só ao governo, ou seja, o papel que deveria ser cumprido pelo governo passa a fazer parte da pauta de atividades de várias organizações privadas. Na verdade, a deficiência das lideranças governamentais reafirma a atuação das organizações para desenvolvimento da sociedade, também no tocante à cultura, mas isso não quer dizer que os líderes governamentais desconheçam a possibilidade

de construção da opinião pública favorável à construção de sua imagem a partir de ações culturais.

As ações culturais não se restringem a atuação de um determinado segmento da sociedade, mas sim, algo que deve estar na pauta de responsabilidade do governo.

A comunicação tem a sua função junto aos órgãos governamentais e trabalhar a dinamização da cultura é interagir nas informações passadas para a sociedade, com o objetivo de tornar positiva a opinião de seus públicos.

Hoje as organizações governamentais trabalham com uma mudança de foco do desenvolvimento econômico para a co-responsabilidade pelo crescimento da esfera social em que se encontram, enfatizando o privilégio ao ser humano, enfatizando a necessidade de valorização das variadas manifestações culturais, sem correr o risco de predileção por um ou outro segmento que possa comprometer a formação de imagem.

São várias as áreas em que o governo pode desenvolver ações culturais com crianças, jovens, adultos e idosos para promover atividades independentes ou de apoio à órgãos da sociedade.

Para isso, podemos pensar em três esferas de atuação, quais sejam: política de doações, sistematizadas ou não (mantém distanciamento do objeto e do processo filantrópico em questão); financiamento de projetos de autoria extra-empresa (mantém nível médio de distanciamento do processo culturais); investimento em projetos e programas próprios (alto nível de envolvimento com o objeto e processo cultural).

O desenvolvimento de uma localidade está diretamente ligado ao desenvolvimento da sociedade. Nenhuma instituição pública ou privada conseguirá se desenvolver em meio a uma massa de excluídos – não-consumidores, não-públicos, não-cidadãos. Segundo novos critérios de IDH, promovidos pela ONU, o Brasil passou do 75º para o 79º lugar na classificação geral dos países, em relação ao nível de qualidade de vida, estamos mal... precisamos de ajustes em várias áreas que projetem o País para uma colocação melhor frente aos demais países do mundo e pensar em políticas culturais também é uma delas.

O resultado está ligado à questão da distribuição de renda e,

consequentemente, às decorrentes formas de exclusão social que o Brasil possui. Educação, saúde, habitação, nível de empregabilidade, segurança, entre outras, são áreas críticas em nosso país que se contrapõem ao processo de desenvolvimento sustentado, atualmente percebido como fator inerente à sobrevivência das diversas organizações da sociedade.

Isso afeta sobremaneira a garantia de uma política cultural, pois num local onde os problemas básicos ainda precisam ser resolvidos, falar de cultura é como falar de algo supérfluo.

Algumas Reflexões

O político tem como grande patrimônio a sua credibilidade, sua marca, sua imagem. Ocorre que, para ser candidato a qualquer cargo político, não é exigida uma formação específica em política, com cadeiras que variam desde o direito até o serviço social, a educação e a cultura, a saúde e a comunicação.

Qualquer cidadão pode ser candidato a cargos executivos e legislativos, independentemente de seu grau de escolaridade e sua formação acadêmica.

No que se refere especificamente à comunicação, grande parte dos políticos imagina conseguir gerir a sua própria comunicação, tendo como base o fato de saberem se expressar publicamente (quando sabem!). Outros, mais cuidadosos partem para a contratação de um assessor de comunicação, sem muito critério de escolha, valendo, normalmente, que o assessor seja formado em um curso superior de comunicação social (jornalismo, relações públicas ou publicidade e propaganda).

Por motivos diversos e também por uma confusão conceitual que leva a interpretar a assessoria de comunicação somente como propaganda ou assessoria de imprensa, os políticos contratam assessores mal preparados, que não possuem experiência ou trabalhos de pesquisa com as ciências políticas e, como não sabem fazer comunicação, também não sabem delegar funções aos seus assessorados. O assessor de comunicação, por sua vez, por trabalhar com alguém que não entende de comunicação, resume o trabalho em envio de notas para a imprensa e construção de

canais próprios de comunicação como os inúmeros jornais e revistas de comunicação do político.

O resultado é uma avalanche de publicações vazias, sem critério de qualidade, definição de públicos, linguagens desconectadas com os públicos e o gasto de dinheiro sem retorno.

A principal função dos assessores de comunicação de políticos passa pela construção e manutenção da imagem pessoal, e esta transcende a dimensão operacional da publicidade e alcança a dimensão estratégica, de pensar logicamente na sistematização de conhecimento na área da comunicação, no âmbito das relações humanas e na utilização de instrumentos adequados na criação da imagem e seu monitoramento.

É importante fazer a separação das interfaces do político com os seus públicos e com a opinião pública. Os públicos pertencem ao relacionamento contínuo e necessário do assessorado, garantindo-lhe a sobrevivência e o apoio às suas atividades e contribuindo para criar um conceito favorável junto à opinião pública. Eles existem independentemente da vontade do político.

Prada (1995) afirma que Enquanto questão da Comunicação Social, a formação da opinião pública está ligada ao poder de retórica que o conteúdo do processo de comunicação tem de gerar uma resposta à mensagem, que por sua vez gera uma opinião, que provoca outra reação que gerará outra opinião, numa cadeia de estímulo e efeito da comunicação. Assim, a primeira etapa da formação da opinião é a comunicação total, pessoal, direta e recíproca.

Para Guareschi (1991), numa sociedade onde a comunicação é capaz de construir ou alterar a realidade dos fatos, quem detém o domínio dessa comunicação detém o poder sobre a existência das coisas, a difusão das ideias e a criação da opinião pública. “Quem tem a palavra constrói identidades pessoais ou sociais”.

Devemos considerar também as variáveis que compõe o receptor dessas mensagens. Cada indivíduo é composto por três elementos estruturais: cultura, sociedade e personalidade. São relevantes também a consciência, os fatores psicológicos e as experiências. O real é a realidade de cada receptor a partir das suas possibilidades de interpretação. Sendo

assim, expressar uma opinião é uma necessidade de interação no meio social em que está inserido.

Assim, não é novidade que os profissionais de Comunicação se caracterizam como importantes auxiliares na formação da opinião que determinados grupos de pessoas ou líderes de opinião poderão ter de um político.

A harmonia entre a escolha do público, a adequação da linguagem e a escolha do veículo de difusão são fundamentais para o sucesso ou o fracasso de uma comunicação pública, e, na hipótese de um desses três itens não estarem em consonância com o objetivo, a mensagem não surtirá o efeito esperado.

Além disso, o político deve sempre se lembrar de que é um representante do povo e a ele deve explicações e satisfações de todos os seus atos públicos, que deverão ser materializados a partir de informações produzidas corretamente por seus assessores de comunicação.

Nesse processo existe a relação entre o político, seu assessorado e os meios de comunicação de massa como a TV, revistas, rádios e os jornais impressos. Todo político quer estar na mídia e a assessoria de imprensa política tem a obrigação de colocar o nome de seu assessorado em evidência a qualquer custo.

A relação entre aqueles que querem estar na mídia e uma mídia que precisa de notícias não é tão simples. Políticos tendem a transformar em notícia os seus feitos pessoais, enquanto a mídia precisa noticiar aquilo que é de interesse social. Os assessores de comunicação de políticos não conseguem trabalhar a construção de imagem a longo prazo e, ao invés de darem ênfase a projetos, dão ênfase às pessoas. Projetos grandiosos e bem elaborados projetarão pessoas e é esse o princípio dessa construção de imagem que normalmente não ocorre.

Assim como os assessores de comunicação de qualquer instituição, ou profissional liberal, os assessores de comunicação dos políticos devem ser tradutores de tudo o que ocorre com o político para a imprensa, numa linguagem adequada ao público que receberá a mensagem. Deve se preocupar em ser um auxiliar da imprensa, prestando informações corretas, verdadeiras, úteis e de forma precisa. É importante para a

imprensa saber que pode contar com alguém que entenda de comunicação para traduzir os bastidores políticos em linguagem que alcance a sociedade.

Muitas vezes o “politiquês” (língua utilizada pelos políticos) não permite uma interpretação correta da situação, causando rumores, boatos, especulações e distorções de fatos reais. A sociedade já está acostumada com isso e tem a ideia de que político é assim mesmo, obscuro... capaz de desdizer o que disse quando interessante for.

A imprensa se cansa e tem que assumir um papel investigativo, muito mais do que informativo para traduzir o que acontece entre a política e o mundo real. Jornalistas políticos assumem a função de videntes e pais de santo na tentativa de imaginar o que acontece com a política para que a sociedade possa ser informada, até porque, como o assunto política é intenso na imprensa e costuma a ocupar muitas páginas de jornais e muito espaço nos rádios e TV, preencher esses espaços requer construção de informação.

Construir informação não é inventar, mas transformar uma ação em notícia, contudo, quando as ações não existem, assessores de comunicação de políticos e imprensa mal preparada podem criar outras formas de preencher os espaços com aquilo que não é necessariamente notícia.

Assessores de comunicação de políticos devem se preparar para a função. Políticos devem ter critérios de escolha de seus assessorados e a imprensa deve ter o cuidado com a relação entre o fato criado pelo político e aquilo que o assessor informa, pois uma sociedade a-política gera cidadãos descrentes e desinteressados pelo assunto.

É comum ouvirmos pessoas dizendo “Eu não gosto de política”!

Por todo histórico que se tem de políticas partidárias acima de políticas sociais, a sociedade passa a criar o mundo real e o mundo da política, como se fossem coisas distintas, abrindo uma lacuna para que maus políticos se proliferem.

Observações Conclusivas

Uma sociedade não crítica não é capaz de distinguir políticos bons de políticos maus, porque a comunicação mal feita cria imagens irreais de ações, políticos e partidos.

A sociedade é capaz de transformar ações políticas e transformar meios de comunicação, contudo deve estar preparada para reconhecer o que é certo, o que é errado, o que é bom e o que é mal, abraçar aquilo que importa e descartar o que não interessa, ou continuará a consumir política e informação como se não fizessem parte de suas vidas.

Se a comunicação surge como aliada à administração Pública no tocante às questões culturais, é na informação consciente que esta mesma sociedade pode (ou não) permitir a construção de uma imagem pública, sobretudo, dos políticos, fortalecendo as políticas públicas voltadas para a cultura, com a expressão do seu desejo, (re)significado no voto.

Referências Bibliográficas

AGUARESCHI, P. A. (Coord.). **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 1991.

KONDER, R. Uma cultura Planetária. In: **Revista Cidade**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura – Departamento de Patrimônio Histórico. N. 3, ano 2, 1995.

LARAIA, R. de B. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

McLUHAN, M. **The medium is the message**. Nova iorque: Rondon House, 1967.

MELO, J. M. de. **Comunicação Social: teoria e pesquisa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1978.

MORIN, E. **Cultura de Massas do Século XX: o espírito do tempo**.

Rio de Janeiro: Forence, 1967.

PRADA, R. R. **La Opinión Pública**: análisis estrutura y métodos para su estudio. México: Trilhas, 1995.

RAMOS, A. **Estudos de Folk-Lore**. Rio de Janeiro: Casa do Estudante do Brasil, 1958.

SCHRAMM, W. Mecanismo de la Comunicacion, In: SCHRAMM W. **Proceso y efectos de la comunicacion coletiva**. Quito: Ciespal, 1965.

TUZZO, S. A. **Inventário das políticas e práticas culturais em São Caetano do Sul (1983-1996)**: realidades e perspectivas. 1997. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 1997.

