

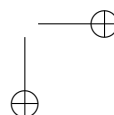
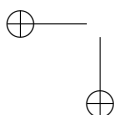
Figuras do discurso eleitoral nas Presidenciais de 2006: Comunicação, participação política e deliberação

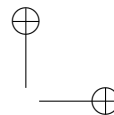
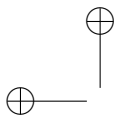
Gil Baptista Ferreira

Escola Superior de Educação de Coimbra

E-mails: gilbferreira@gmail.com

É hoje corrente um lamento, comum tanto a políticos como a analistas ou a cidadãos vulgares, acerca do abismo de suspeição que separa governados de governantes. Genericamente, é dito que os cidadãos se encontram cépticos em relação aos líderes políticos, afastados das instituições cívicas, descrentes em relação aos media e pessimistas em relação às possibilidades da acção colectiva poder resolver os problemas da comunidade. No coração de toda uma cultura política disfuncional está, por fim, a degradação da qualidade do designado discurso cívico, isto é, do modo como se discutem os problemas públicos (cf. Weeks, 2000: 360). É neste contexto que este artigo pretende, a partir da articulação e revisão de conceitos, demonstrar que alguns traços que caracterizaram, em termos de posicionamento mediático, alguns dos candidatos às Eleições Presidenciais de 2006, mais do que o resultado de uma insólita associação entre políticos e publicitários, resultam de alterações profundas que ultrapassam o campo do *slogan* e da retórica eleitoral e têm presente algumas das mais importantes mudanças no campo da teoria democrática no início do século XXI. Ainda que a democracia liberal pareça ser hoje reconhecida como a única forma legítima de governo, são evidentes os sinais de desafecção e as profundas aporias que habitam o seu interior, o que tem levado à reflexão acerca de formas alternativas de reforçar as instituições democráticas. É nesta medida que discussões recentes acerca do modelo deliberativo de democracia abrem novas perspectivas para que, por um lado, se examinem as estratégias simbólicas e discursivas orientadoras do discurso eleitoral, e para que, por outro lado, se compreenda o eco que essas estratégias encontram num imaginário social que valoriza a capacidade detida por todos os cidadãos para deliberar racionalmente sobre as decisões colectivas que lhes dizem respeito e para reflectir acerca da interacção entre governantes e governados.

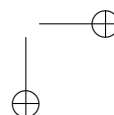
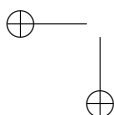


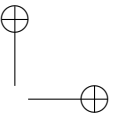
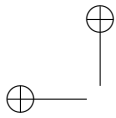


Sistema eleitoral e princípios de representação política

Se é um facto que nas sociedades democráticas modernas coexiste toda uma pluralidade de concepções morais acerca do desejável para as pessoas ou grupos, assegurar a convivência razoavelmente pacífica entre essas concepções é uma das tarefas constantemente assumida no debate democrático. É nesta medida que um modelo democrático liberal se define sobretudo em termos da agregação de interesses ou preferências em torno de decisões colectivas através de instrumentos como as eleições e de princípios de representação política. Contudo, nesta viragem de século, marcada por um sistema capitalista crescentemente transnacional, por sociedades nacionais cada vez mais interligadas entre si, e por um sistema cultural que coloca em confronto tradições tão distintas, a noção de “compromisso entre interesses divergentes” vem sendo posta em causa por alguns autores, que refutam os pressupostos do elitismo democrático de formas de administração que podem prescindir da participação activa e argumentativa por parte de todo um público mais amplo.

Por outro lado, sabe-se hoje que a liberdade de *auto-realização* do indivíduo é mensurável não em acordo com a distância que ele consegue estabelecer entre si próprio e o mundo cultural em que vive, mas antes em acordo com o grau de reconhecimento que consegue encontrar no seu desenvolvimento social, a partir dos desígnios livremente escolhidos. Apesar de a individualidade ser definida pela escala da distância de todas as linhas normativas, o seu desenvolvimento é determinado pelo grau em que as diferenças individuais são comunicativamente permitidas, e até mesmo encorajadas (cf. Honneth, 1995: 227). Esta constatação implica consequências tanto no âmbito privado como público. Atentemos agora neste último, onde se desenvolveram duas concepções distintas: por um lado, a partir da ideia de dignidade, nasce uma política do universalismo, que sublinha o direito ao reconhecimento de todos os membros da sociedade considerados como iguais; por outro lado, a ideia de autenticidade origina uma política da diferença, que afirma o direito a ver reconhecida a particularidade própria. Tanto em termos práticos como teóricos, às democracias contemporâneas cabe hoje um papel duplo. Por um lado, compete-lhes reconhecer que os indivíduos são posicionados de formas múltiplas, em termos de marcadores identitários como a raça, o género, a idade ou a cultura; por outro lado, devem desenvolver formas de lidar com os processos de exclusão gerados pela concentração de poder e pela impossibilidade de



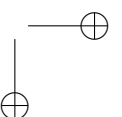
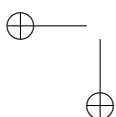


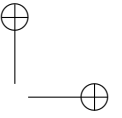
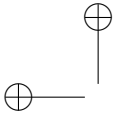
acesso a formas de participação na vida colectiva que tenham justamente em conta essas diferenças.

Não restam hoje dúvidas de que as democracias passaram a enfrentar desafios especiais em sociedades diferenciadas, para garantir a representação dos grupos minoritários, promovendo, protegendo e realizando os seus direitos. Em sociedades cada vez mais complexas, verificamos que a expressão dos interesses próprios, localizados, é cada vez mais intensa. Por esse motivo, qualquer formação democrática de vontade colectiva tende a tornar-se uma tarefa árdua, acabando por muitas vezes não se apresentar como resposta satisfatória para muitos dos conflitos sociais que explodem no quotidiano. Não obstante estas dificuldades, é ao Estado que cabe a competência de responder aos constantes conflitos entre o particular e o colectivo, uma competência que exerce através de um sistema negocial poderoso, destinado a estabelecer compromissos de interesses geridos por complexas estratégias e por jogos de influência. Ora, um dos recursos fundamentais desta competência administrativa passa pelo controlo da própria participação dos cidadãos na vida pública, com vista à actualização daquilo que Bobbio identificava como a definição mínima de democracia: “um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões colectivas e com que procedimentos” (1984: 30).

Para esse fim, lado a lado com a comunicação pública autónoma, que resulta da participação directa e espontânea dos cidadãos nos debates e discussões públicas, vemos em tempos eleitorais o desenvolvimento de toda uma retórica que pretende fazer assumir com cada vez maior ênfase um outro tipo de comunicação pública, oriunda da relação cidadão-Estado, onde a participação de cada um se faz prioritariamente em termos formais, organizados, burocratizados e controlados: trata-se do apelo ao voto eleitoral, correlato do designado *combate à abstenção*. Sumariamente, o elemento central deste procedimento define-se enquanto forma de participação pública que, por um lado, legitima a existência de vínculo democrático, mas que, por outro lado, por questões de eficácia, reduz a participação dos cidadãos ao mais formal e superficial.

Em termos estruturais, a burocratização administrativa surge como a forma de organização do Estado que responde aos objectivos anteriores. A burocratização apodera-se dos processos espontâneos de formação da opinião e da vontade colectivas e esvazia-os de conteúdo; se, por um lado, amplia o espaço



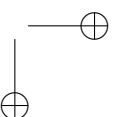
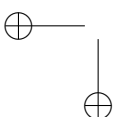


para a mobilização planificada da lealdade generalizada da população, por outro lado, facilita a desconexão das decisões políticas dos contextos concretos do mundo da vida (cf. Habermas, 1998: 461). Esta ambivalência foi amplamente denunciada, entre outros por Hannah Arendt, quando afirmava que esta forma comporta sempre um elevado potencial de violência: “numa burocracia plenamente desenvolvida, não há como discutir, a quem apresentar reclamações, sobre quem exercer as pressões do poder. [...A burocracia] é a forma de poder onde todos são privados da liberdade política, do poder de agir, já que o governo de Ninguém não é a ausência de governo, e onde todos são igualmente destituídos de poder temos uma tirania sem tirano” (1985: 45). É no plano político que a gestão burocratizada da opinião pública, enquanto competência administrativa, mais se faz sentir, assumindo a sua forma mais evidente no *sistema eleitoral* e nos partidos *políticos* que o compõem.

O sistema eleitoral, ao mesmo tempo que garante a enorme expansão do espaço público com a consagração do sufrágio universal, disciplina-o também ferreamente. De um modo resumido, registamos que através do sistema eleitoral a participação política dos indivíduos deixa de ser directa e passa a ser mediada pelos partidos políticos, circunscrevendo-se, na esmagadora maioria dos casos, ao acto mínimo e esporádico do voto – o qual obedece, em grande medida, a formas de raciocínio estereotipadas e a formas de comportamento padronizadas.

Figuras do discurso eleitoral

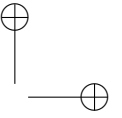
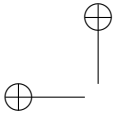
Como foi já referido, tendo em atenção as próprias lógicas de funcionamento do sistema eleitoral, o que as campanhas eleitorais mostram de maneira eloquente é a subordinação do campo político ao campo dos media, invertendo a lógica que presidia tradicionalmente às relações entre estes campos. Ora, à perda de efectividade dos partidos no desempenho de algumas de suas funções clássicas equivale um aumento correspondente da participação de um outro actor: a televisão. Por isso, qualquer projecto de mobilização com vista à apropriação do poder político do Estado é hoje obrigado a utilizar a máquina dos media e o seu aparelho informativo, e rege-se pelas regras discursivas da ordem simbólica institucionalizada no campo dos media (Rodrigues, 1985a: 53 e segs). A partir deste meio, a comunicação política elege como alvo pri-



vilegiado o sector da população menos mobilizado e qualificado, os indecisos e os potenciais abstencionistas (chega mesmo a ser desígnio assumido por alguma retórica eleitoral a “conquista dos votos escondidos”), sendo a participação (leia-se: tão só o voto) resgatada através de processos mais ou menos primários de *marketing* político, destinados mais a criar sensações capazes de obter uma adesão do que a motivar convicções racionais e reflectidas. Nesta medida, a campanha produz imagens de candidatos e de programas utilizando para isso processos ocultos idênticos aos que são utilizados para a promoção de um produto, com os mesmos processos retóricos, o mesmo vedetismo. E é assim que uma determinada forma de “opinião pública” surge, em resultado de uma produção estratégica, organizada por processos técnicos de aferição das reacções dos indivíduos, segundo uma racionalidade estritamente instrumental – considerada por alguns, numa perspectiva sociológica, como o fim da própria opinião pública (cf. Bourdieu, 1984: 222-235).

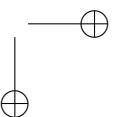
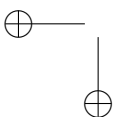
Ao nível das práticas discursivas, generalizam-se os processos propagandísticos de manipulação, com uma publicidade orientada para a demonstração (de lugares-comuns e de verdades canonizadas) e para a rendição das consciências de todos a quem esta comunicação se dirige, transformando o cidadão de “produtor de opinião pública em consumidor de mensagens que se apresentam como reflexos dessa opinião” (Rodrigues, 1985b: 12). É a este propósito que, de forma jocosa, um comentador político aludia, recentemente, num artigo de opinião, a um *Dicionário de Lugares-Comuns para Políticos com Ambições*, composto por entradas que garantidamente não significam absolutamente nada mas que servem para qualquer ocasião, com expressões repetidas com prontidão como “honestidade e transparência da vida política”, “sociedade mais justa e solidária”, polvilhadas com adjectivos na linha de “exigente”, “competente” ou “rigoroso” (V. Pulido Valente). Termos que, nas palavras de Adriano Rodrigues, são como “carícias amorosas” que “apelam para a afectividade do eleitor, articulando-se sempre com categorias emotivas. [...] “Firmeza na decisão, competência na acção” é o *slogan* que alia admiravelmente a rima fácil ao desfiar de um ritmo binário facilmente corporalizado” (1985a: 54-55).

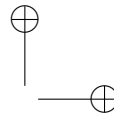
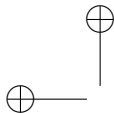
À medida que o funcionamento das instâncias do espaço público fica mais dependente dos media, os quais, ao mesmo tempo, se organizam em torno de interesses particulares, a comunicação pública em termos políticos tende a perder o seu carácter livre e autónomo, passando a exprimir cada vez mais



imperfeitamente as dinâmicas da sociedade civil e adquirindo características técnico-instrumentais acentuadas. A comunicação política, fortemente sistemizada, organiza-se segundo princípios formais rígidos, que tendem a considerar cada receptor um mero recurso de mercado e não um verdadeiro interlocutor, com uma resposta fortemente condicionada por exigências técnicas e burocráticas. Por fim, é toda uma modalidade regressiva que serve de suporte e preenche a forma dos elementos discursivos, esvaziados previamente de todo e qualquer conteúdo histórico e social, abrindo a linguagem aos efeitos do sentido em que o eleitor possa investir o imaginário pulsional. Termos-chave tornam-se formas neutralizadas, habilmente articuladas com a musicalidade rítmica do *slogan*, repetidas em comícios ou marteladas pelas caravanas. Muito do perigo desta situação assenta na promoção da esfera do vazio, da moldura de um sujeito que só existe no contorno da moldura, da instrumentalidade de dizer que “é assim porque é assim”, da passiva aceitação do conforto da materialidade evidente.

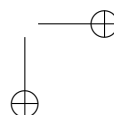
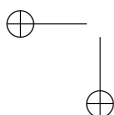
Ora, é isso que em grande medida caracteriza muita da linguagem dos media na actualidade, alicerçada como está na apresentação da evidência e do lugar-comum. Assim, personalidades da cultura, da política ou da vasta categoria que é a sociedade, são com frequência mediatizadas pela evidência, de argumentação ou de conteúdo. No limite mas de modo paradigmático, no próprio panorama nacional personalidades políticas aparecem com facilidade no discurso público por factos irrisórios ou anedóticos como o de comprar gravatas com animais, pelo gosto de viajar de motociclo ou pela preferência clubística. E desta forma se compõe o tal círculo de afectos e de instintos que nos envolve com aquela relação dos outros com o que em cada um é sensível a envolvimento; assim se exprime, sobretudo num plano psicológico, a dramaturgia dos enredos do sentido. Há um deliberado apelo ao convívio imediato: gravatas com animais ou passeios de motociclo significam informalidade – e são, antes de mais, massivamente significativos. Muito mais significativo que dizer: “ele prefere Keynes a Schumpeter” ou mesmo “é liberal e não marxista”, formulações que se afiguram complexas e inadequadas ao discurso público. E assim o indivíduo é publicamente identificado no puro vazio da sua forma; sem razões, sem argumentos, sem verdadeiro confronto, sem interpretação, mas com evidência e pela excentricidade. Donde, a própria subjectividade é transformada numa forma oca: “Eu sou aquele que usa gravatas com animais” e “eu outro sou aquele que viaja amiúde num grande

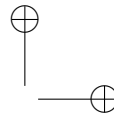
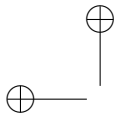




motociclo”. Os exemplos invadem de forma inumerável o quotidiano: “Fulano, candidato a autarca, é apoiado pelo cantor X, o cantor X é um folgazão, logo fulano é amistoso, é o nosso candidato”, etc. Num plano inferior, palavras e gestos sustentam, apoiam (função fática) e mantêm aquele equilíbrio de modo precário que, demasiado convencional, não significa praticamente nada (cf. Ferreira: 2003).

Neste ponto, o conceito de mercadoria introduziu a possibilidade (bem sucedida) de uma diferenciação e reorganização daquilo que era antes concebido como descrição universal da experiência: pela cisão meios-fins, qualquer coisa foi reduzida a um meio para consumo. Não tem já qualquer valor qualitativo (valor de uso) em si própria, têm-no – e pode ser quantificado – na medida em que pode ser trocada (valor de troca). A força de um qualquer fenómeno é antes de tudo classificada pelos seus efeitos imediatos, de que a popularidade é sem dúvida o mais gritante. E no que diz respeito aos media, essa popularidade surge reconhecida como critério prioritário pelos analistas e especialistas, atentos sobremaneira à quantificação da apropriação colectiva das diversas variáveis: imagem, discurso ou postura, entre outras. Tornam-se correntes expressões de “especialistas” do tipo: “o candidato *x* tem uma imagem que passa na opinião pública” ou “no plano das imagens, este candidato é um enigma”. Ora, para fixar os parâmetros do conteúdo dos produtos de consumo não-material, sobre os quais a nossa análise se detém, há que reter o carácter demagógico – digamos assim – que se atribuiu à linguagem: são visíveis a uma análise menos incauta a procura constante da sintonia com as solicitações dos receptores e o esforço de compatibilização integral (não de confronto) com os anseios do público, em acordo com levantamentos estatísticos orientadores da sua preferência. A linguagem dos media serve-se pois da conversação coloquial, de personagens reconhecíveis, de situações estereotipadas; o que está em causa é a própria dinâmica de uma sociedade massificada cuja lógica faz com que a produção se organize em indústria e o consumo se estructure em termos de comércio. Para tal, importa conhecer de antemão o que as pessoas querem, não se pode arriscar na incerteza e por isso a imposição das sondagens (diárias?) nos diversos esquemas de planificação discursiva. Da mesma forma, verificamos como o discurso não é expressão da verdade, mas antes da ilusão, não é um discurso dialogal, mas antes sedutor (cf. Ferreira: 2003). Encontramo-nos pois num campo onde “os discursos políticos equivalem-se, não têm odor como o dinheiro; por isso o voto torna-se inútil



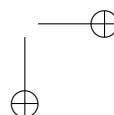
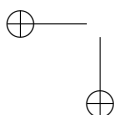


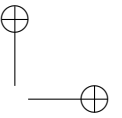
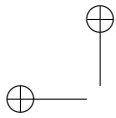
na medida em que qualquer opção equivale, ao fim e ao cabo, a um cheque em branco” (Rodrigues, 1985a: 57).

Relação entre agentes políticos

Por seu lado, os partidos políticos surgem como os agentes sociais desta forma de objectivação da opinião pública. Avaliados e hierarquizados segundo e em função de critérios de performatividade quantificada (o grande vencedor das eleições versus a pesada derrota sofrida), os partidos possuem como objectivo o assentimento da massa, a partir do qual garantem as suas próprias condições de participação na direcção do Estado. É esta proximidade com o Estado que contribui para a sua própria estrutura interna: uma estrutura centralizada e burocratizada, composta por uma elite dirigente e por um corpo disciplinado de funcionários, que compõem a entidade designada como o “aparelho”. Contudo, ao subordinarem a sua legitimidade à lógica discursiva dos media, os partidos políticos perpetuam a sua agonia, enquanto formas representativas dos interesses contraditórios que estruturam as sociedades democráticas. Como consequência desta dinâmica, já pouco representam para além de verdadeiras máquinas de sedução e de simulação do poder (cf. Rodrigues, 1985a: 56).

Paralelamente, embora distante dos agentes anteriores, encontra-se a massa dos eleitores, objectivamente arredada das decisões. Como foi mostrado, o quadro que as democracias de massa definem para a participação dos cidadãos na vida pública, quer através da relação com o Estado quer com os partidos políticos, enclausura o domínio político numa esfera altamente governamentalizada, cada vez mais exclusiva de uma certa elite especializada. A economia política que rege o funcionamento dos media (que gere, desde logo, a questão da visibilidade) favorece uma quase-institucionalização de estatutos diferenciados para os participantes no panorama mediático, que corresponde a uma verdadeira estrutura hierárquica de poder. Logo à partida, temos uma diferença brutal entre aqueles (muito poucos) que têm acesso aos media e os outros (a esmagadora maioria) que ficam limitados à condição de meros espectadores, a quem, à partida, não são destinadas formas de participação que não as meramente reactivas, anónimas e superficiais.

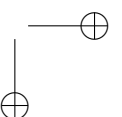
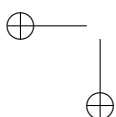




Constata-se assim um reforço da estrutura assimétrica característica dos processos de comunicação mediática, em função da qual as possibilidades de participação se encontram distribuídas de forma muito distinta entre os que fazem uso da palavra pública e todos os que se vêem reduzidos à condição diminuída de receptores passivos. No nível do indivíduo, pode dizer-se que um ritmo mais acelerado de vida diminuiu as horas livres que poderiam ser destinadas à vida pública e partidária; o tempo que não se consome em trabalho passou a ser dedicado ao lazer, comercializado por uma indústria agressiva e diversificada. Com isto, a dimensão político-partidária perdeu centralidade para uma grande parte dos cidadãos.

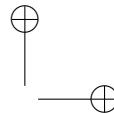
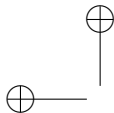
Além deste factor, se as diferenças entre os dois tipos de actores são pré-vias aos media, elas são no entanto amplamente potenciadas pela exposição mediática, que funciona como verdadeiro marcador identitário. Se para os primeiros actores (os *políticos* propriamente ditos) a questão da identidade está perfeitamente delimitada pelo quadro funcional em que se inserem, e em acordo com o qual estudam e elaboram um papel como qualquer vedeta do espectáculo, já para os segundos actores, a identidade é um problema em aberto, que exige um trabalho meticuloso de auto-legitimação, auto-identificação e prossecução de políticas de identidade com vista à obtenção de um reconhecimento externo de igual dignidade – um desafio que as circunstâncias descritas tornam problemático.

Ora, a imagem que resulta da comunicação política promovida pelo actual sistema mediático, vincado pelo espartilho das influências do mercado e do Estado, é a de uma “política representada como um assunto da administração ou como uma luta mais ou menos sordida pelo poder”, desvanecendo-se irremediavelmente a ideia da política “como um processo de formação da vontade no qual é necessário que o cidadão comum esteja envolvido” (Hallin, 1985: 134). Neste processo, surgem contextos de crise que acabam por pôr em causa o próprio princípio da representação – um princípio fundamental da democracia. Nas palavras de Habermas, o “véu de ignorância” que cai entre o sistema e o mundo da vida deixa que o primeiro desenvolva imperativos de funcionamento independentes dos interesses do segundo, induzindo a uma coexistência de dois níveis autónomos de sociedade. E então, quando a comunicação política democrática, própria de uma autêntica opinião pública, é interrompida ou se torna esporádica, deixa de ser possível mobilizar a normal convicção democrática, bem como a ética da responsabilidade pública que lhe



é associada (cf. Ferry, 1989: 19-20). Fruto da situação descrita, os sistemas políticos são referidos como mergulhados numa crise estrutural de legitimidade, periodicamente arrasados por escândalos, dependentes dos media e da liderança personalizada e cada vez mais isolados dos cidadãos. Por outro lado, os movimentos sociais tendem a ser fragmentados, locais, com um objectivo único, específico e efémero, ora fechados nos seus mundos interiores ora brilhando por um instante em torno de um símbolo dos media.

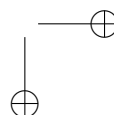
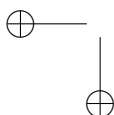
É frente a este estado das coisas que a construção identitária do candidato eleitoral se procura afastar da descrença generalizada em relação à dimensão política tal como a descrevemos, no sentido de beneficiar da imagem de independência e regeneração atribuídas a uma sociedade civil, idealizada na sua dimensão mais dinâmica. Os exemplos deste fenómeno são muitos, e, como sugerimos antes, terão recebido um impulso invulgar no período eleitoral das Presidenciais de 2006, onde o carácter supra partidário da eleição em causa, só por si, não explicará toda a retórica de afastamento estratégico que alguns candidatos imprimiram ostensivamente em relação aos aparelhos partidários. Foi nesse contexto que assistimos a um candidato afirmar ter a sua candidatura cumprido já de forma positiva o teste de cidadania, ao assentar no voluntariado e não depender de quaisquer aparelhos partidários ou grupos de interesses, assegurando que “o excessivo peso dos aparelhos partidários afunila, não só os partidos, como toda a vida cívica.” Por esta razão, continua o candidato, a sua candidatura terá feito com “que muita gente voltasse a reencontrar o prazer da política” (Manuel Alegre). Outro candidato, vinte anos depois de ter chegado ao poder com a aura de *político não profissional e especialista em finanças*, regressa invocando a sua categoria de *político não profissional e especialista em finanças*. Em comum, a percepção de um ambiente de crescente contestação em relação aos equívocos e às sombras do poder político-partidário, a reivindicação da intenção de fazer vibrar as estruturas em que se apoia um público decidido a tomar posição e o desígnio propalado de alterar as relações de força entre a sociedade civil e o sistema político convencional. Na base, o papel do indivíduo, enquanto receptor, hoje considerado com o poder de introduzir uma margem de indeterminação significativa no curso dos acontecimentos, contrariando a imagem de um actor passivo e gerando mesmo focos de contestação em relação à dependência dos meios de comunicação dos chamados media funcionais (dinheiro e poder).



Comunicação e deliberação política

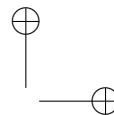
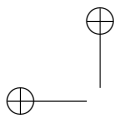
A montante destes epifenómenos da esfera política, em muito devedores das dinâmicas dos media a que se destinam, a noção de democracia deliberativa apresenta-se como resposta conceptual consistente a uma hipótese de transformação de um espaço público que insiste em fazer-se ouvir e em se afirmar. A partir do *elemento democrático*, enquanto modo de participação na tomada de decisão colectiva por todos os afectados pelas decisões, e do *elemento deliberativo*, relativo à inclusão nos processos de tomada de decisão sobre meios e fins dos participantes “comprometidos com os valores de racionalidade e imparcialidade” (Elster, 1998: 8), o modelo de democracia deliberativa insiste na possibilidade de fundamentar a autoridade e a legitimação das leis em alguma forma de razão pública, redefinindo-as como poder gerado comunicacionalmente que se estende não apenas aos componentes formais de deliberação (orientados para a tomada de decisão) como aos informais, resultantes do intercâmbio discursivo feito no espaço público. Trata-se de um modelo a duas vias, que procura articular as deliberações orientadas para a decisão com os procedimentos informais no espaço público, incluindo assim tanto o poder político nas suas formas institucionais, como os cidadãos – que, em termos gerais, corresponderão a zonas formais e informais do espaço público. Sucintamente, este modelo assenta em três pressupostos principais: insiste na noção de debate racional enquanto procedimento político por excelência; indo além do acto privado que é o voto, aposta na troca livre e pública de argumentos enquanto acto político, e implica princípios essenciais do ideário democrático, como a igualdade entre todos os participantes e a sensibilidade ao interesse público (cf. Silva, 2004: 2).

Na sua formulação ideal, a noção de democracia deliberativa considera que a tomada de decisões políticas é baseada na troca de razões e argumentos, num processo em que todos os cidadãos participam, para além dos seus interesses pessoais, com o objectivo de alcançar o bem comum. Neste sentido, o debate público é útil para esclarecer reciprocamente os interlocutores; a discussão encoraja os indivíduos e os grupos a articularem bons argumentos que defendam as suas causas e a autocorrigirem os seus pontos de vista, de modo a que possam ser aceites pelos demais participantes. Deste modo, através do discurso chegamos não propriamente à descoberta dos nossos reais interesses, mas a uma interpretação colectiva de como devemos entender os nossos inte-



resses mais importantes. Fruto desta forma de interpretação colectiva, um interesse generalizável encontra-se sempre aberto à revisão, e acaba por ser um processo de aprendizagem social do que o bem comum e a justiça demandam, sustentado num discurso público que selecciona e sintetiza compreensões e pontos de vista, que questiona argumentos, antes de estes se fortalecerem, enfraquecerem ou desaparecerem. Assim sendo, a democracia deve definir-se não pela possibilidade da maioria eleger periodicamente os seus representantes, dado que a tradução dessa vontade depende do mecanismo utilizado para se fazer essa tradução, mas pela possibilidade de todos virem a alterar as suas opiniões políticas caso sejam persuadidos pelas razões apresentadas por outros cidadãos, mantendo-se durante o maior período de tempo possível um mesmo mecanismo de agregação das preferências individuais, por forma a neutralizar a influência deste último (cf. Silva, 2004).

Uma questão que desde logo emerge é a de saber de que forma pode este modelo responder às necessidades de sociedades altamente centralizadas e complexas e, ao mesmo tempo, permitir pensar a base das relações entre cidadãos e governos – dimensões estas crescentemente mediatizadas. Para este fim, o modelo de democracia deliberativa considera a possibilidade - e necessidade - de um bloqueio dos processos de conversão de poder administrativo e poder económico em influência político-publicística, tendo como meio uma acção dirigida especialmente ao funcionamento dos media, mas pressupondo, também, outros aspectos mais latos de mudança na esfera da vida política, nomeadamente quanto às formas de organização e funcionamento dos partidos e outras organizações sociais com relevo político (cf. Esteves, 2003a). Os media podem assim favorecer a emergência de formas plurais, horizontais, criativas e autónomas: “As tecnologias de comunicação, como no princípio a impressão livreira e a imprensa, e posteriormente a rádio e a televisão, tornam disponíveis enunciados acerca de quase qualquer contexto e facultam uma rede altamente diferenciada de esferas públicas locais e supra-regionais, literárias, científicas e políticas, inter partidárias ou específicas de associações, ou sub culturais, dependentes dos media” (Habermas, 1996: 329). Este deslocamento desde o dinheiro e do poder administrativo para a comunicação, estendido por espaços públicos mais ou menos autónomos, levará a que o processo político possa passar a ser entendido como formação democrática da vontade a partir de processos de conformação discursiva da opinião pública,

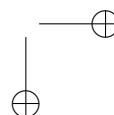
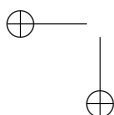


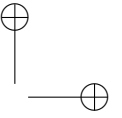
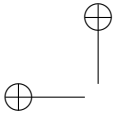
incluindo, como foi dito, tanto o poder político nas suas formas institucionais como os cidadãos.

Os media, assim, para além de serem uma forma de acesso ao espaço público, serão também potenciais agentes de divulgação dos processos de formação discursiva da opinião e da vontade. Entendidos ainda em termos do seu potencial, permitem estender e sistematizar as microcomunicações quotidianas do mundo vivido e, dessa forma, preservar os espaços públicos das tendências colonizadoras dos sistemas económico e político, mantendo a sua autonomia. Ora, a questão que se coloca, e que importará reflectir mais aprofundadamente num outro contexto, é a de saber se a actual configuração de certos media modernos realiza (ou possui condições para realizar) o seu papel democrático, permitindo uma troca verdadeiramente aberta e multilateral como pede a democracia deliberativa.

Por outro lado, ao cumprirem as suas funções, os media colocam a tónica no papel do cidadão como actor político, procurando mantê-lo devidamente informado para que ele possa tomar as suas decisões de voto. A ênfase é colocada na convicção de que a democracia necessita de cidadãos informados, cuja influência e acção não se restringe às eleições, mas se estende à participação racional no debate das questões políticas. Realça-se, assim, o valor prático e contínuo da participação política, para além das instituições formais representativas da sociedade democrática acima referidas. No horizonte da democracia deliberativa ganha forma a possibilidade de “constituição da opinião e da vontade do público a partir da sua própria perspectiva”, em oposição àquele tipo de acção que é dirigida ao público a partir do exterior e que visa “influenciá-lo exclusivamente com o objectivo de uma manutenção do poder político constituído, mas que acaba por extorquir do espaço público a lealdade de uma população reduzida a massa” (Esteves, 2003a). Assim, os indivíduos, enquanto actores políticos, devem perseguir e especificar o seu próprio interesse, mas devem igualmente ser responsáveis, e justificar os seus propósitos.

Por fim, outra das questões que frequentemente é levantada à proposta deliberativa refere-se ao facto de ser irrealista supor que os cidadãos estejam inteiramente preparados e prontos para especificar racionalmente as suas próprias necessidades (cf. Benhabib, 1996). Sobretudo em relação a questões sociais e políticas com maior grau de complexidade (veja-se a este propósito, por exemplo, a abordagem desenvolvida ao caso do encerramento de maternidades, ou à discussão acerca da localização da queima de resíduos tóxicos),



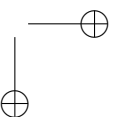
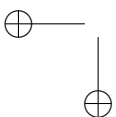


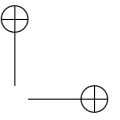
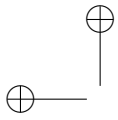
os indivíduos possuem inclinações e desejos, mas raramente um conjunto ordenado e coerente de informações, desconhecendo com frequência as implicações, méritos e riscos relativos das suas opções. Não obstante a pertinência e a comprovação empírica do carácter problemático desta situação, cremos que será plausível defender que, inevitavelmente, apenas através do debate público, que envolva quer os indivíduos em geral (com as suas dúvidas, questões e posições) quer os especialistas e as suas informações, será possível esclarecer os problemas em questão e identificar os interesses em conflito – um processo onde os media e as suas novas formas terão certamente um papel importante.

Concluindo: ficou demonstrado não haver dúvidas de que sobre o espaço público e sobre a sociedade civil pendem hoje as maiores expectativas – o que explicará, em parte, as estratégias de construção imagética, marcadamente de colagem a aspectos atribuídos à sociedade civil e às práticas de cidadania, que terão sido assumidas por candidatos eleitorais, e que vêm referidas na parte inicial deste artigo. Mostrámos como o espaço público, enquanto rede amplificada de comunicações pode ajudar a sociedade a pensar-se, a autocompreender-se e a projectar-se no futuro; contudo, não poderá por si só proceder à reconstrução da sociedade – tarefa que exigirá outro tipo de recursos, competências, agentes e instâncias especializadas. Ao espaço público restará, tão só, a capacidade de influenciar todo o trabalho de reconstrução da sociedade, através do controlo discursivo dos recursos e das competências dos diferentes tipos de especialistas – não menos que “a mais decisiva e consequente radicalização do seu papel construtivo em termos democráticos na actualidade” (Esteves, 2003b: 70).

Referências

- Arendt, H. (1985), *Da violência*, Brasília, Editora Universidade de Brasília.
- Benhabib, S. (1996), “Toward a Deliberative Model of Democratic Legitimacy”, in Benhabib, S. (ed) (1996), *Democracy and Difference*, Princeton, Princeton University Press.
- Bobbio, N. (1984), *O Futuro da Democracia*, São Paulo, Paz e Terra.
- Bourdieu, P. (1984), *Questions de Sociologie*, Paris, Minuit.





- Elster, J. (1998), *Deliberative Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Esteves, J. P. (2003a), *O Espaço Público e os Media, comunicação entre normatividade e facticidade*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, (policopiado – Lição de Síntese de Provas de Agregação)
- Esteves, J. P. (2003b), *Espaço Público e Democracia*, Lisboa, Colibri.
- Ferreira, G. (2003), *Linguagem e Modernidade*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Ferry, J-M, (1989, “Les tranformations de la publicité politique”, *Hermès*, nº4.
- Habermas, J. (1998), *Factidad y Validez*, Madrid, Trotta.
- Hallin, D. (1995), “The american news media: a critical theory perspective”, in Forrester, J. (ed.), *Critical Theory and the Public Life*, Cambridge, The MIT Press.
- Rodrigues, A. D. (1985a), *O Campo dos Media*, Lisboa, Vega, 1985.
- Rodrigues, A. D. (1985b), “O Público e o Privado”, in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº2, Lisboa.
- Silva, F. C. (2004), *Democracia Deliberativa: Avaliando os seus Limites*, disponível em <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/203/203.pdf>
- Silveirinha, M. J. (2005), “Democracia deliberativa e reconhecimento: repensar o espaço político” in Correia, J. C. (org.), *Comunicação e Política*, Covilhã, Universidade da Beira Interior.
- Weeks, E. C. (2000), “The Practice of Deliberative Democracy: results from four large-scale trials” in *Public Administration Review*, vol. 60 nº. 4.

