

LULA PRESIDENTE

Televisão e política na campanha eleitoral

**Antônio Fausto Neto, Eliseo Verón (org)
e Antonio Albino Rubim**



Por Silas Gauzelia
Camila Lucci

Este livro reúne um conjunto de artigos que propõem uma reflexão temática sobre as eleições presidenciais de 2002 e explora o papel dos meios de comunicação em especial à televisão com o seus debates em que aproveita o contexto histórico, político e institucional na qual teve na formação de um processo sólido nas eleições.

Os autores, professores universitários e pesquisadores do campo da comunicação no Brasil, na França e na Argentina Antônio Fausto Neto e Eliseo Verón (organizador) e Antonio Albino Rubim também não se propõe a provar que a televisão elege Lula, mas isso não quer dizer que não a reconheça a especificidade da ordem e do controle da mesma na construção das estratégias eleitorais e deixa bem claro que o sucesso de Lula se resulta das mudanças de imagem junto ao marketing político.

Eles levantam um imenso estudo sobre em seu “lugar estratégico” em que os processos midiáticos no funcionamento no discurso político na atualidade.

Está obra apresenta que as eleições para presidente foram fortemente direcionadas pela ação televisiva em parceria com as grandes agências de marketing em que com o uso dos gêneros discursivos e modelos de programas diferenciados deram um verdadeiro “reality shows” na busca da democracia e do entretenimento nacional.

Com um propósito de apresentar um ponto de vista bastante particular sobre o assunto, fica claro, que esses trabalhos realizados pelos autores mostram a importância que tem as descrições concretas dos discursos dos meios de comunicação para que haja pelo indivíduo na sociedade um entendimento e uma reflexão sobre o papel das mídias na construção de um candidato.

A televisão sempre teve uma importância muito grande na vida da sociedade desde o seu advento e isso fez com que se transformasse no decorrer do tempo como uma instituição interpretante e Umberto Eco deixam claros os dois períodos que a televisão teve em um artigo publicado em 1983 em que chama e divide em paleo-televisão e neotelevisão.

A paleo-tv segundo o autor Umberto Eco “falava menos do mundo exterior” nesta época era mais informação e ficção.

Já a neo-tv, por outro lado, entra em crise e evoca a questão do olhar; a televisão utiliza um comportamento que confunde a ficção com a realidade e comenta Eco que os programas de informação têm uma importância política enquanto os programas de informação têm uma importância cultural e considera que a neotelevisão perde o respeito no que se diz ao olhar. Quem olha para a câmera está dizendo ao espectador, afirma Eco, “ não sou um personagem imaginário, estou verdadeiramente aqui, e é para você que estou falando”

E deixa clara a importância que a TV possui na construção da imagem e dos ideais na “Idade Mídia” ao deixar o uso do “olhar fixo nos olhos” do espectador para a construção da interatividade na qual o público a partir daí passa a falar com a mídia e essa passagem é um funcionamento em termos de contato de comunicação.

Na análise da campanha presidencial brasileira através da mídia no ano de 2002 podemos apontar o Brasil como um dos maiores símbolos democrático no mundo e com um público de eleitores que ultrapassam 115 milhões e com isso o papel da televisão com seus debates proporciona a uma sociedade o conhecimento dos futuros governantes e seus ideais.

As eleições foram fortemente direcionadas por operações fincadas na construção televisiva em que as estratégias enunciativas realizaram uma absorção declarada das figuras do campo político pelo sistema midiático.

A lógica da mídia faz com que os autores políticos aprendam a dirigir e a construir uma reflexão sobre os entrecruzamento que o mundo político e o da mídia pregam na objetividade individual de se chegar a um líder de uma nação.

Portanto, a televisão como outros meios não se trata somente de teorias e imagens, mas sim, de teorias de funcionamentos, um novo modelo de fazer política com os novos paradigmas da ciências da comunicação e da ciências políticas.