

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ



Ano 14 | N° 27 | 2° Semestre 2007 | ISSN0104-9933

**Mídia
e Democracia**

27

LOGOS

27

Mídia e Democracia

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 ***Logos: Comunicação & Universidade*** - Vol. 1, N° 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
- Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos. 4. So-
ciologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de
Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Nival Nunes de Almeida

VICE-REITOR

Ronaldo Martins Lauria

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

José Ricardo Campelo Arruda

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Albanita Viana de Oliveira

SUB-REITOR DE EXTENSÃO E CULTURA

João Regazzi Gerk

DIRETORA DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Maricélia Bispo Pereira

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

João Pedro Dias Vieira

VICE-DIRETOR

Hugo Rodolfo Lovisolo

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Héris Arnt

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Fernando Gonçalves

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Vinícius Andrade Pereira

Logos: Comunicação & Universidade (ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITORES

Prof. Dr. João Luís de Araújo Maia, Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira

EDITORA CONVIDADA

Prof.a Dra. Alessandra Aldé

EDITOR WEB

Prof. Dr. Fernando Gonçalves

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Hérís Arnt (UERJ), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris V - Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ) e Alessandra Aldé (UERJ).

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista *Logos*
A/C Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira e Prof. Dr. João Maia
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2587-7829. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity
Pina Brandi

DIAGRAMAÇÃO e CAPA

Marcos Maurity | Escritório de Relações Públicas (ERP | FCS | UERJ)

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Pina Brandi | Escritório de Relações Públicas (ERP | FCS | UERJ)

REVISÃO

Marcelo Barcellar

Apresentação

Alessandra Aldé <i>Mídia e democracia</i>	7
---	---

Dossier

Marcus Figueiredo (Iuperj): <i>Intenção de voto e propaganda política: Efeitos da propaganda eleitoral.</i>	9
Maria Helena Weber (URGS): <i>Na comunicação pública, a captura do voto.</i>	21
Rousiley Maia (UFMG): <i>Redes cívicas e internet: Efeitos democráticos do associativismo.</i>	43
Afonso de Albuquerque e Ariane Holzbach (UFF): <i>Sob Nova Direção: Democracia e alternância de poder na cerimônia de posse de Lula.</i>	63
Jorge Almeida (UFBA): <i>O PT no Governo e na TV: uma análise dos programas de 2004.1 e 2005.1.</i>	76
Paulo Vaz e Maurício Lissowski (UFRJ): <i>Mídia, formação de opinião pública e voto popular: O caso do referendo sobre o comércio de armas no Brasil</i>	89
Luiz Gonzaga Motta (UnB) e Railssa Peluti (ANDI): <i>Eleições de 2006: pluralismo e representação social na mídia brasileira.</i>	108
Vera Chaia (PUC-SP): <i>Internet e eleições: Os usos do Orkut nas eleições de 2006.</i>	127

Conexões

Érica Sarmiento <i>A “não democracia” dos excluídos: alguns pontos da política migratória brasileira.</i>	141
---	-----

Resenhas

Gabriel Mendes (Iuperj): <i>“Televisão e Política no Brasil: A Rede Globo e as Interpretações da Audiência”, de Mauro Porto</i>	149
Fábio Vasconcellos (UERJ): <i>“A mídia e as eleições de 2006”, organizado por Venício Lima.</i>	152

Orientação editorial	154
-----------------------------	-----

Apresentação

Mídia e democracia

A democracia brasileira, com seus 127 milhões de eleitores, há muito não pode ser pensada sem levar em consideração o papel da comunicação política em suas várias frentes: seja na comunicação pública entre governo e sociedade, que envolve a prestação de contas dos representantes mas, por outro lado, tão facilmente se presta à publicidade com intenção eleitoral; ou na atuação política dos meios jornalísticos, obedecendo a condicionantes ideológicas ou profissionais; ou nos esforços persuasivos dos partidos, candidatos e atores políticos e sociais, envolvidos na disputa pelas interpretações disponíveis para que a sociedade avalie e decida sobre seus representantes. O complexo quadro de relações entre mídia e política tornou-se ainda mais instigante com as possibilidades abertas pelas novas tecnologias digitais, que demandam a revisão do conceito de comunicação de massa.

Este número temático da Logos traz para o leitor um panorama abrangente e atualizado das questões relativas à comunicação e política, reunindo textos de alguns dos principais pesquisadores brasileiros do assunto. A revista também é representativa dos esforços de reflexão coletiva que estes e outros pesquisadores têm realizado no âmbito dos grupos de trabalho da COMPÓS (Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) e ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais), bem como da Compolítica, a recente Associação Brasileira dos Pesquisadores em Comunicação Política, reunindo contribuições de professores e pesquisadores de onze diferentes instituições de pesquisa, em seis estados brasileiros.

A primeira parte do dossiê procura abordar, a partir de perspectivas teóricas ou metodológicas, algumas das questões relevantes da relação multifacetada entre mídia e democracia. O artigo de Marcus Figueiredo apresenta um modelo para análise agregada dos efeitos das campanhas eleitorais nas intenções de voto; o de Maria Helena Weber também investiga a decisão do voto, procurando compreender o eleitor inserido na articulação entre interesses públicos e privados que caracteriza a comunicação política; Rousiley Maia, por sua vez, nos traz uma oportuna reflexão sobre as implicações das novas tecnologias de comunicação em rede para a atuação democrática dos cidadãos.

Os cinco textos seguintes que compõem o dossiê têm foco mais conjuntural, em que a análise empírica subsidia a compreensão do comportamento da mídia diante dos fatos políticos, bem como dos diferentes atores políticos na tentativa de negociar espaço e significado para seus discursos. Alinhavados cronologicamente, os textos permitem acompanhar exemplos da relação entre mídia e democracia na história recente do país, investigando a posse de Lula, em 2003, através da narrativa de um jornal; a construção da imagem partidária do PT no poder, como governo, nos programas feitos para a televisão em 2004 e 2005; a importância da cobertura jornalística cotidiana da violência para os resultados do Referendo sobre a venda de armas, em 2005; a maneira como a mídia retratou atores sociais, em particular as crianças e adolescentes, durante a campanha eleitoral de 2006; finalmente, através do exemplo de comunidades políticas Orkut durante o ano eleitoral de 2006, a internet como no espaço de discussão política e eleitoral.

O resultado final a que o leitor tem acesso agora foi possível graças ao trabalho e generosidade intelectual dos autores, que disponibilizaram seus textos para esta coletânea, e foi editado por Alessandra Aldé (organização e revisão), revisado por Marcelo Bacellar, diagramado e publicado pelo Escritório de Relações Públicas (ERP) da FCS/UERJ.

Dossier

Mídia e Democracia