

## Recensão Crítica

Prior, H. (2021). *Mediacracia. Comunicação e política na era da mediatização*. Porto: Media XXI, 148 pp.

[https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_14\\_8](https://doi.org/10.14195/2183-6019_14_8)

As sociedades hodiernas têm experimentado uma série de transformações culturais que se explicam, em parte, pela influência crescente dos *media* sobre práticas e processos sociais, econômicos e políticos. O papel desempenhado pelos meios de comunicação nos diferentes domínios da vida social, particularmente no que concerne à atividade política, constitui uma dimensão central na compreensão do espírito do tempo deste início de século. Sem dúvidas, as Ciências da Comunicação, em particular o subdomínio da Comunicação Política, têm empreendido importantes esforços para oferecer explicações às múltiplas e complexas relações entre o campo dos *media* e a esfera da política.

Neste contexto, uma das propostas interpretativas que, atualmente, melhor ajudam a definir a centralidade social dos meios de comunicação é o conceito de mediatização. Para o professor dinamarquês Stig Hjarvard (2014), a mediatização diz respeito à crescente influência dos *media* sobre as demais instâncias da sociedade, as quais tenderiam a adaptar o seu *modus operandi* à lógica mediática.

A mediatização diz respeito, assim, a um processo cultural amplo de adaptação da vida, especialmente da vida na *Polis*, aos processos, ritmos e enquadramentos mediáticos, sejam aqueles próprios dos *media* tradicionais, sejam aqueles advindos da recente comunicação digital, entre os quais estão as modernas plataformas de *social media*. Nesta configuração, a política estaria submetida a um processo de colonização, segundo o qual as instituições e atores políticos se veriam obrigados a incorporar procedimentos e regras próprios da cultura dos *media*. Tratar-se-ia de uma resposta dos agentes e das instituições da política aos novos tipos de visibilidade mediática do tempo presente. Importa sublinhar, todavia, que esse processo de adaptação aos códigos mediáticos não ocorre de forma automática e desprovida de resistência; deriva, antes, de um complexo movimento de negociação e de influência mútua entre agentes do campo dos *media*, atores da esfera política e cidadãos.

Esse processo de intersecção entre agentes políticos, mediáticos e cidadãos, que configura o objeto de

estudo basilar da Comunicação Política, vem se configurando, de maneira mais ou menos intensa, desde meados do século XX, muito influenciado pelos efeitos do meio televisivo sobre a política. Nos últimos decênios, com o surgimento da web 2.0 e a ascensão da comunicação digital, a reconfiguração da política pela gramática dos *media* aprofundou-se de maneira ainda mais vigorosa, conduzindo as democracias liberais a um contexto de hipermediatização, isto é, a uma mediatização ainda mais aguda e acelerada pela proliferação de dispositivos móveis conectados à grande rede, ao alcance de um número formidável de pessoas.

Nestes tempos afetados pela comunicação em rede, a relação entre instituições políticas, mediáticas e a cidadania ocorre no contexto de um sistema de *media* híbrido (Chadwick, 2013), atravessado por linguagens e práticas múltiplas, a par de um sistema político fragilizado pelos efeitos da crise da democracia liberal, crescentemente contestada em seus valores básicos, inclusivamente em contextos com longa tradição democrática. Para a compreensão de um

cenário tão heterogêneo, a Comunicação Política exige do investigador uma capacidade ainda maior de articulação de chaves teórico-metodológicas diversificadas, capazes de responder à complexidade dos processos políticos hipermediatizados.

Quem tratou de aceitar este desafio, oferecendo ao público reflexões valiosas para a compreensão das democracias contemporâneas, foi o investigador português Hélder Prior, com a publicação da obra *Mediacracia: Comunicação e política na era da mediatização*, lançada pela editora Media XXI, em abril de 2021, em primeira edição. O professor da Universidade Autónoma de Lisboa e da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Brasil) oferece aos investigadores em Ciências da Comunicação e Ciência Política uma iniciação à Comunicação Política, apresentando, como o próprio autor afirma, “um número considerável de temas, conceitos e fenómenos que acreditamos servir de panorama sobre a imbricação entre a comunicação e a política nas sociedades mediatizadas” (p. 17).

Com efeito, *Mediacracia: Comunicação e política na era da*

*mediatização* não apenas introduz alguns dos temas mais desafiantes e candentes da especialidade da Comunicação Política, como o faz por meio de um debate aprofundado e diligente na crítica dos fenómenos. Com uma escrita atraente, o autor preza pela clareza na exposição das ideias, sem prescindir de um estilo erudito, já marcado em livro anterior, de sua autoria, intitulado *Esfera pública e escândalo político* (2016, Media XXI). Assim, o novo livro de Hélder Prior resulta de um acurado diálogo com uma multiplicidade de vozes das ciências sociais, da Sociologia à Ciência Política, da Psicologia à Semiótica, sob a perspectiva da Comunicação Política. O título, inspirado na metáfora de Thomas Meyer (2002), esclarece, desde logo, ao leitor, as intenções do autor: averiguar os fenómenos que dão forma e que *tensionam* as atuais democracias do século XXI, afetadas pelos signos da cultura dos *media*.

*Mediacracia: Comunicação e política na era da mediatização* parte de uma caracterização, logo no capítulo primeiro, da Comunicação Política como subdomínio das Ciências da Comunicação. O autor defende uma

perspectiva ampliada da especialidade, que extrapole o estudo do discurso dos *media* e dos dirigentes políticos sobre a política. A visão de Hélder Prior, compartilhada por outros especialistas e visível no modo como a especialidade tem se afirmado ao longo dos últimos tempos, está materializada na própria estrutura da obra, que envereda por múltiplas reflexões, promovendo um compósito de ideias muito promissoras para a compreensão das relações entre a comunicação e a política. Com efeito, o objeto de análise da Comunicação Política não respeita apenas “ao estudo dos discursos e das representações comunicadas”, mas, como argumenta o autor, “abarca, também, abordagens psicossociais, sociológicas, históricas e até jurídicas para explicar contextos, motivações e efeitos da produção e da recepção de mensagens com incidência política”. Com esse propósito, Hélder Prior constrói um caminho reflexivo, dividido em oito capítulos, nos quais os leitores encontrarão discussões sobre temas clássicos, com tradição no campo, e alguns mais recentes, surgidos na esteira dos impactos do digital e da mediatização 2.0 sobre a política.

Alinhado, portanto, à sua compreensão acerca do que pode a Comunicação Política, Hélder Prior apresenta ao público, ainda no segundo capítulo, uma leitura sobre a mediatização da política, conceito que acaba por congrega as reflexões realizadas nos capítulos posteriores. Nestes, o leitor percorrerá um itinerário reflexivo que tem o condão de materializar a amplitude e a riqueza da Comunicação Política, discutindo temas que vão do papel das emoções na tomada de decisões políticas à relação entre dramaturgia e política; da função da propaganda e da profissionalização da política na construção da imagem do político à redescoberta dos “argumentos emocionais” no âmbito das milenares relações entre a retórica e a política. Além disso, o autor aborda temáticas da ordem do dia na agenda de investigação da Comunicação Política, como os escândalos, a desinformação e o populismo, especialmente o digital, oferecendo pistas que permitem ao público refletir sobre os impactos desses fenômenos sobre a qualidade dos processos políticos em nossas democracias.

Em suma, as reflexões contidas em *Mediacracia: Comunicação e política na era da mediatização* destinam-se não apenas a estudiosos da área, mas a estudantes, políticos, profissionais da comunicação e ao grande público. A obra figura como um importante contributo ao debate contemporâneo sobre comunicação e política, apontando caminhos auspiciosos para a compreensão da democracia possível neste começo de século XXI.

#### **Referências bibliográficas**

- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system. Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.
- Hjarvard, S. (2014). Mediatização: Con-  
ceituando a mudança social e  
cultural. *MATRIZES*, 8(1), 21-44.  
<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>
- Meyer, T. (2002). *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Malden, MA: Blackwell.

