

MÍDIA E DEMOCRACIA

Os diferentes papéis dos meios de comunicação de massa nas sociedades contemporâneas

Enio Augusto dos Santos Cardoso¹

Resumo: O presente artigo, baseado na literatura produzida por importantes pensadores que têm estudado a relação entre mídia e democracia, desde os seus primórdios, apresenta uma breve descrição e análise dos principais papéis desempenhados pelos meios de comunicação de massa nas sociedades contemporâneas. Esta é uma tentativa de descrever e analisar como os meios de comunicação de massa assumiram, de forma silenciosa, uma centralidade quase absoluta no cotidiano das populações na atualidade. E, quando se usa aqui a expressão “de forma silenciosa”, é porque a mídia está tão integrada às atividades humanas que ela nem é mais percebida. O artigo está dividido em cinco diferentes seções, as quais correspondem as principais funções desempenhadas pelos meios de comunicação atualmente. Na primeira seção, tem-se a introdução, com a apresentação da temática e alguns dados históricos. Na segunda seção, a descrição da transformação dos meios de comunicação em empresas capitalistas privadas, ou agentes econômicos, e suas implicações para as suas funções fim nas sociedades atuais. Na terceira seção, a descrição e análise do papel de principal plataforma para a manifestação da esfera pública exercido pelos meios de comunicação de massa, e todos os seus desdobramentos. Na quarta seção, a descrição e análise da influência dos meios de comunicação para o enfraquecimento dos partidos políticos como uma das principais organizações representantes da sociedade civil no modelo de democracia representativa atual. Na quinta seção, as considerações finais, em que se conclui que a gama de papéis desempenhados pelos meios de comunicação de massa na atualidade são contraditórios com relação às suas funções fim.

Palavras-chave: Democracia; Mídia; Agente Econômico; Esfera Pública; Partidos Políticos.

MEDIA AND DEMOCRACY

The different roles of the mass media in contemporary societies

Abstract: This article, based on the literature produced by important thinkers who have studied and thought about the relationship between media and democracy, since its beginnings, presents a brief description and analysis about the main roles played by the mass media in contemporary societies. The idea here is to describe and analyze how the mass media have silently assumed an almost absolute centrality in the daily lives of populations today. And when the expression “silently” is used here, it is because the media is so integrated into human activities that it is no longer noticed. In the first section, there is the introduction with the presentation of the theme with some historical information. In the second section, there is a description of the transformation of the media into private capitalist companies and its implications for their target functions in current societies. In the third section, there is a description and analysis of the role of the

¹ Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Mestre em Administração de Políticas Públicas pela Universidade do Missouri e Graduado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: eniocardoso@live.com

main platform for the manifestation of the Public Sphere, exercised by the mass media and all its consequences. The fourth section describes and analyzes the influence of the media in weakening political parties as one of the main organizations representing civil society in the current representative democracy model. In the fifth section there are the final considerations, where it will be concluded that the range of roles played by the mass media today is contradictory in relation to their target functions.

Keywords: Democracy; Media; Economic Agent; Public Sphere; Political Parties.

1. INTRODUÇÃO

Uma das características mais significativas da contemporaneidade diz respeito à relação entre mídia e política nas mais diferentes sociedades. É possível observar que os meios de comunicação de massa assumiram um papel extremamente importante e uma centralidade quase absoluta na vida das populações, mesmo que a maioria das pessoas não se dê conta de que isso acontece, pois esse é um fenômeno que já se naturalizou no cotidiano das pessoas. Em muitas situações, direta ou indiretamente, a mídia é parte integrante de, praticamente, todas as atividades humanas. Isso significa dizer que é a partir da interação com os conteúdos simbólicos das mais diversas formas de mídia que as pessoas, em grande medida, reconhecem os seus respectivos lugares no mundo real, bem como moldam os seus comportamentos, sejam eles relacionados às atividades cotidianas mais imediatas, sejam eles de natureza mais ampla e geral, na relação com grupos sociais maiores, em que as mais diversas identidades são reveladas e suas respectivas atividades são desenvolvidas (MIGUEL; BIROLI, 2010).

Esse fenômeno, no entanto, não é recente e, com diferentes estágios de desenvolvimento, já perdura há alguns séculos. Seu início teria acontecido por volta do século XVI, assumindo contornos mais nítidos no século XVIII, em plena modernidade europeia. Teria sido nesse período que as interações face a face começaram a ser substituídas pelas alternativas produzidas pela imprensa. Dessa forma, os indivíduos passaram mais e mais a elaborar as suas reflexões a partir de conteúdos veiculados pela mídia existente na época. A mídia passou a ser a principal fonte de informação para que as pessoas pudessem construir e reconhecer as suas próprias identidades e ideias de pertencimento, transformando para sempre as suas relações sociais locais, as quais, até aquele momento, se baseavam majoritariamente nas tradições orais. Além disso, o desenvolvimento da mídia moderna proporcionou aos indivíduos um inédito contato com eventos e mundos, incluindo os de caráter imaginários, cuja localização transcende em muito as fronteiras geográficas locais e os contatos humanos presenciais (THOMPSON, 1995).

Durante todo o século XX, essa relação entre mídia e sociedade/política se intensificou à medida que as tecnologias do setor de comunicações foram se desenvolvendo. Ao mesmo tempo, alguns aspectos dessa relação foram se transformando em preocupação e objeto de estudo por parte de pensadores dos mais diversos campos de atividades, principalmente nas Ciências Humanas. Na primeira década do século XX,

Max Weber, mesmo sem ter, ainda, experimentado a totalidade dos efeitos das comunicações via rádio, as quais haviam sido inauguradas recentemente, já manifestava preocupações quanto ao poder que a imprensa tinha de tornar públicos certos temas, além de moldar a opinião pública, mesmo sendo empresas privadas. A mídia se transformara nos olhos por meio dos quais as populações passaram a ver o mundo ao seu redor, diria Walter Lippmann, em 1922, com o seu seminal *Public Opinion*, trabalho que inaugurou os estudos mais sistemáticos sobre o tema.

Durante as últimas décadas do século XX, já com o pleno funcionamento da mídia contemporânea, incluindo a internet, pensadores renomados apresentavam críticas quanto à participação dos meios de comunicação na construção dos processos sociais. Sartori (2001) diria que, mesmo que as imagens apresentadas pela televisão fossem verdadeiras, ou não tivessem a intenção deliberada de ludibriar a audiência, o conjunto de técnicas televisivas utilizadas na produção de conteúdo mostrado poderia facilmente conduzir o telespectador a uma interpretação parcialmente verdadeira ou, em muitos casos, totalmente falsa sobre os fatos ou eventos sendo descritos. Popper e Condry (1995) sugeriram que a violência apresentada na televisão estaria destruindo a civilização, chegando ao ponto de sinalizar a necessidade da instauração de uma nova censura para conter aquele processo de degradação humana. Putnam (1995), por sua vez, criticou de forma bastante contundente o que, para ele, constituía a destruição do capital social² por parte dos meios de comunicação de massa na sociedade americana. Bourdieu (1997) fez severas críticas ao que ele chamou de censura, ou interdição de certos debates, imposta pelos próprios meios de comunicação, bem como a superficialidade dos seus conteúdos. Para esse autor, essa prática estaria impedindo a difusão de conhecimentos sobre a sociedades e afastando as pessoas de uma participação política cívica efetiva, um pouco na mesma linha das preocupações manifestadas por Weber Lippmann e Putnam anteriormente.

Hoje, já na segunda década do século XXI, o grande desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, bem como o ininterrupto surgimento de novas plataformas e instrumentos de circulação de informação, facilitando o fluxo comunicativo de forma quase inimaginável alguns anos atrás, são, sim, grandes conquistas da humanidade como um todo. Esse fenômeno não é obra de setores ou grupos sociais específicos. No mais das vezes, as pesquisas que originaram esse desenvolvimento foram elaboradas e

²Segundo Putnam (1995), capital social pode ser definido como os níveis de confiança interpessoal e institucional estabelecidos entre os membros de uma determinada comunidade.

executadas com recursos de toda a sociedade. Assim, as questões que preocuparam os cientistas sociais mencionados acima, e que são o tema central deste artigo, não estão relacionadas à inexorabilidade do fenômeno em si, mas dizem respeito aos fins para os quais estão sendo utilizados os meios de comunicação de massa na contemporaneidade.

O objetivo principal deste artigo é, por meio de uma revisão teórico-bibliográfica, fazer uma rápida descrição, análise e reflexão de alguns dos principais papéis desempenhados pela mídia nas sociedades contemporâneas. A primeira seção deste trabalho traz esta rápida introdução. Logo a seguir, na segunda seção, descreve-se o papel da mídia enquanto um agente econômico ativo. A terceira seção faz uma análise da mídia enquanto um agente econômico privado, mas que, além disso, desempenha o papel de principal plataforma para a manifestação da esfera pública, esta entendida como o espaço imaginário entre o Estado e a sociedade civil onde ocorrem os debates de temas públicos importantes para todos, como conceituado por Habermas (2014)³. Na quarta seção, a análise é sobre a mídia enquanto um ator político ativo e interessado, papel esse que se acumula aos outros dois mencionados anteriormente. Na quinta e última seção, são apresentadas as reflexões finais.

2. A MÍDIA ENQUANTO AGENTE ECONÔMICO PRIVADO

Nesta seção, o artigo traz uma rápida descrição e análise do papel de agente econômico desempenhado pelos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas. O objetivo aqui é explorar os desdobramentos advindos da suposta função pública da mídia e a sua condição concreta de empresa privada, pertencente a setores e grupos específicos. Portanto, busca-se entender como funciona a dicotomia da informação como um direito fundamental dos cidadãos nas democracias e a sua transformação em produto mercantil a ser comercializado como em qualquer outra empresa capitalista.

O intenso e contínuo desenvolvimento dos meios de comunicação, a partir da modernidade, transformou a organização espacial e temporal da vida social humana, criando novas formas de ação e interação, novas maneiras de se constituir autoridade e exercer o poder, as quais passaram a não mais estar ligadas exclusivamente ao compartilhamento concomitante de espaço e tempo (THOMPSON, 1995). O impacto do

³ Originalmente publicado em 1962.

surgimento da imprensa moderna foi de tal monta que o iluminismo europeu⁴ a idealizou como os olhos vigilantes dos cidadãos sobre os poderes do Estado, nos limites da chamada democracia liberal⁵ que se construía durante aquele mesmo período, substituindo os antigos regimes monárquicos (HORKHEIMER; ADORNO, 2002).

De acordo com o ideal iluminista, a imprensa seria uma espécie de “quarto poder⁶”, informal, portanto, fora da esfera governamental, mas que se somaria aos outros três, em maior ou menor grau já estabelecidos como instituições dos Estados nacionais. Esse quarto poder (a imprensa ou mídia) estaria acima de qualquer influência humana ou do sistema econômico vigente, agiria de forma magistral, portanto imparcial, na tarefa de vigiar e retratar para as sociedades o desempenho dos poderes constituídos.

No mundo real, no entanto, as coisas não funcionaram como os idealizadores da imprensa moderna imaginaram. Com a consolidação do capitalismo durante os séculos XIX e XX e a hegemonia da economia de mercado, os poderes constituídos pelo Estado liberal, que já enfrentavam pressões nos parlamentos existentes para que as suas performances estivessem de acordo com os interesses dos grupos e forças que movimentavam o sistema econômico, viram essa pressão aumentar exponencialmente pelo papel que passou a ser desempenhado pelos meios de comunicação de massa, qual seja, o de canal condutor das demandas oriundas da esfera privada⁷. Em outras palavras, era por meio da imprensa que essas demandas circulavam pela esfera pública e eram direcionadas à esfera estatal, com o objetivo de transformá-las em políticas públicas a serem implementadas pelos governos constituídos.

Com o passar do tempo, as pressões exercidas pela imprensa foram sendo moldadas, assumindo contornos definidos por grupos de pressão específicos. Isso porque, ainda durante a modernidade e na passagem desta para as sociedades contemporâneas, os meios de comunicação, acompanhando as transformações do sistema econômico da época, também se transformaram em empresas capitalistas privadas e passaram a ter interesses econômicos e políticos a defender em todas as esferas das sociedades. Assim, a partir dessa metamorfose, a produção midiática em geral, fosse ela de caráter de entretenimento, cultural ou informativo, no mais das vezes, transformou-se em um bem de consumo a ser comercializado, visando, em última análise, auferir lucratividade. Assim,

⁴ Movimento que surgiu na Europa mais ou menos entre os séculos XVII e XVIII. Suas ideias preconizavam a valorização do homem, da natureza e da razão.

⁵ Baseada na representação política.

⁶ Sobre o conceito de imprensa como quarto poder ver Albuquerque, 2005.

⁷ Entenda-se sociedade civil.

a empresa privada midiática também passou a ter interesses formais sobre como as instituições do Estado e seus ocupantes se comportavam.

Assim, parece plausível sugerir que, como consequência natural desse processo, a mídia perdeu a sua identidade de magistratura, como um quarto poder, acima dos outros. Os seus olhos passaram a não ser mais os olhos dos cidadãos, vigiando como um “cão de guarda público” a fim de assegurar que o comportamento das instituições de Estado, assim como de seus ocupantes individuais, estivesse de acordo com os interesses da sociedade como um todo. Aqueles olhos continuaram sendo vigilantes como antes, mas passaram a pertencer a grupos e indivíduos e não mais ao público em geral. O “cão de guarda⁸”, que a princípio poderia ser considerado público, passou a ser privado e a zelar pela segurança apenas de uma área específica do “território”. Por fim, todo o aparato tecnológico da mídia, importante para o exercício da sua função na esfera pública como a idealizada pelos iluministas europeus, passou a cumprir um outro papel, sendo utilizado, como em qualquer outra empresa capitalista, para defender os interesses de seus proprietários, acionistas e outros grupos com as mais diversas afinidades.

A informação e a notícia passaram a não ser mais apenas uma descrição de fatos e eventos ocorridos a fim de dar a conhecer às populações o mundo ao seu redor. Informação e notícias passaram a ser também uma mercadoria a ser comercializada pela empresa de mídia. Fonseca (2010) assevera que a produção midiática privada, quando exposta ao mercado, não se difere de qualquer outra mercadoria e objetiva auferir lucratividade ao proprietário do empreendimento. No entanto, enquanto conteúdo de caráter simbólico, o produto midiático se difere radicalmente das mercadorias comercializadas em um supermercado, por exemplo. Essa diferença está no fato de que a informação e a notícia possuem a capacidade de formar e moldar opiniões a respeito dos mais variados temas de interesse geral da sociedade, sejam esses locais, regionais, nacionais, ou de âmbito global (FONSECA, 2010).

Note-se, no entanto, que, no que pese todas as transformações que sofreram durante os séculos XIX e XX, as quais foram descritas nos parágrafos anteriores, os meios de comunicação de massa continuam se apresentando e se autodescrevendo como um elemento neutro e legítimo instrumento para o exercício da livre expressão nas chamadas sociedades democráticas contemporâneas. Além disso, esses mesmos meios reivindicam e exercem, na prática, o papel de principal, quase exclusiva, plataforma para a

⁸ Sobre o conceito de jornalismo “cão de guarda” ver Norris, 2012.

manifestação da esfera pública. Mas isso não ocorre por acaso. A importância dos meios de comunicação de massa para as sociedades contemporâneas atingiu tal magnitude que é praticamente impossível se pensar a existência de uma esfera pública sem o papel desempenhado pela mídia. “Tudo o que fica fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política” (CASTELLS, 2000, p. 367). A mídia de massas controla “[...] todo o provimento de informação e comunicação de interesse político e, praticamente todo o fluxo de mensagens da Esfera Política em direção à Esfera Pública” (GOMES; MAIA, 2008, p.16), bem como entre as subesferas da sociedade civil e a esfera pública.

Não obstante a tudo isso, vale lembrar que um dos pressupostos básicos para o funcionamento adequado do modelo de democracia representativa, predominante nas sociedades ocidentais atualmente, diz respeito ao fato de que é fundamental a existência de liberdade de expressão e, por conseguinte, que as diferentes opiniões e pontos de vista possam se expressar através dos meios de comunicação. Mas como conciliar o fato de a produção midiática ser uma mercadoria e, ao mesmo tempo, cumprir sua função social de informar os seus consumidores sobre temas de interesse público que, em última análise, são fundamentais para a existência de um regime democrático? Como garantir a pluralidade de informações e opiniões sendo expressas se as empresas de comunicação estão, cada vez, mais concentradas nas mãos de grandes conglomerados, os quais não somente possuem abrangência global, mas também uma diversidade enorme de veículos de mídia a sua disposição? Que mecanismos as sociedades possuem para lidar com uma mercadoria que tem a capacidade de formar e moldar a opinião pública? Como diria Fonseca (2010), se a informação e a notícia são uma mercadoria, essa mercadoria “[...] é de um tipo especial e, como tal, necessita ser tratada de forma igualmente especial, tendo em vista as inúmeras consequências que pode acarretar, consequências que assumem cada vez mais dimensões planetárias” (FONSECA, 2010, p. 6).

3. A MÍDIA ENQUANTO PLATAFORMA PARA A MANIFESTAÇÃO DA ESFERA PÚBLICA

A esfera pública, como já mencionado antes, em termos gerais, é aquele espaço imaginário situado entre a esfera formal do Estado e a sociedade civil, ou esfera privada.

Seria nesse espaço publicizado⁹ que a esfera privada se manifestaria em busca de atenção do Estado para as suas demandas (HABERMAS, 2014). Vale lembrar aqui, entretanto, que os diferentes setores da sociedade civil podem ser considerados como uma rede de diferentes subesferas públicas¹⁰, manifestando-se por meio de um fluxo comunicativo ininterrupto. Aqueles setores que conseguirem mobilizar um maior volume de recursos, cujos temas de interesse público alcançarem maior visibilidade e, conseqüentemente, maior atenção da sociedade, terão as suas demandas apresentadas para debate na esfera pública propriamente dita. Francisco Fonseca (2011) diria que é na esfera pública, ou nesse espaço imaginário, que os mais diversos interesses e conflitos sociais devem se manifestar em uma sociedade. Esses conflitos, de diferentes naturezas e origens, nas democracias contemporâneas, seriam regulados pelas “[...] normas legais, assim como, pelos pactos entre as classes sociais” (FONSECA, 2011, p. 02).

Em toda a sua trajetória como pensador, Habermas tem os fluxos comunicativos entre a esfera pública da sociedade civil e o Estado como uma de suas maiores preocupações. Em outras palavras, o autor se preocupa com como essa comunicação se realizaria e como as demandas da esfera pública alcançariam a esfera do Estado. Para ele, a qualidade dessa comunicação vai definir o tipo de ação do Estado como resposta. No entanto, ele também se preocupa com os fluxos comunicativos interagindo entre os diversos níveis da sociedade civil (subesferas públicas), dos quais, em última análise, resultaria a seleção das temáticas apresentadas para debate na esfera pública “principal”.

Dessa forma, e simplificadamente, para o entendimento geral deste artigo, seria possível se pensar essa rede de subesferas públicas em diferentes níveis comunicativos. No primeiro nível, realizaria-se a interação entre os mais diferentes contextos cotidianos da vida privada e a sociedade civil organizada, nas suas diversas formas de associações. Dessa interação viriam as demandas a partir das temáticas específicas sendo discutidas em ambientes informais. No segundo nível, a interação se realizaria entre os indivíduos da sociedade civil organizada e suas associações, as quais já atuariam com a função de sistematização de problemas e temas. Nesse processo de sistematização, normalmente acabaria ocorrendo a construção de pontos de vista e opiniões sobre as temáticas sendo debatidas. Por fim, os diferentes setores organizados da sociedade civil, utilizando-se dos recursos e instrumental comunicativo a seu dispor, tentariam fazer com que as opiniões

⁹ O sentido publicizado aqui se refere ao conceito Kantiano de publicidade, ou seja, de se tornar visível ao público. Esse conceito foi trabalhado por Kant na sua obra, intitulada *Paz perpétua*, de 1795.

¹⁰ Os mais diversos setores de uma sociedade.

sistematizadas nos fóruns mencionados anteriormente atingissem os níveis de visibilidade e publicidade necessários para se alçarem a apreciação e debate na esfera pública principal. Todo esse processo se constitui no que Habermas chamaria de comunicação política, que teria como etapa final a interação da esfera pública com a esfera estatal para a construção e elaboração do que se conhece como políticas públicas (HABERMAS, 2014).

Em uma situação ideal, tendo como base algumas formulações do próprio Habermas sobre o modelo de democracia deliberativa¹¹ e seu entendimento das dimensões normativas e estratégicas da comunicação política, pode-se elencar algumas premissas que garantiriam um fluxo comunicativo adequado entre os níveis da sociedade civil e a esfera pública. Primeiro, em quaisquer cenário e contexto imagináveis, as pessoas necessitariam de informações em maior número e as mais precisas possíveis para poderem se posicionar com o máximo conhecimento possível sobre as temáticas em circulação e discussão. Segundo, além das informações sobre os temas emergentes dos debates em cotidianos informais, fundamental a existência de fóruns, das mais diversas formas e naturezas, para que as pessoas possam se expressar a fim de contribuírem genuinamente para a formação de opiniões, assim como para a tomada de decisões propriamente dita (HABERMAS, 2014).

Assim, observa-se que, em qualquer circunstância desse processo, há uma quase absoluta dependência da informação para a concretização do fluxo comunicativo entre os diferentes âmbitos da sociedade civil e a esfera pública e, evidentemente, desta com a esfera estatal. Desse modo, conclui-se que é impensável esse fluxo funcionar sem a participação efetiva dos meios de comunicação de massa. Isto porque, nas sociedades contemporâneas, incluindo as mais desenvolvidas tecnologicamente, exceto nas questões estritamente locais, toda a informação passa, direta ou indiretamente, pelo processo produtivo da mídia de massas e suas agências. Mesmo as informações que circulam em grupos mais restritos, permitidos pelo alto desenvolvimento tecnológico atual, como a internet, acabam, na sua maioria, pautando-se pelo que está sendo produzido e discutido nos grandes meios e agências de notícias (MIGUEL; BILORI, 2010). A mídia de massas, de uma maneira ou de outra, é o único elemento presente em todos os âmbitos do fluxo comunicativo sistematizado por Habermas. Novamente, não raras vezes, todo o processo

¹¹Em linhas gerais, Habermas define a democracia deliberativa como o processo de formação da vontade democraticamente constituída, a partir da interação entre as instituições de estado e o que resultar de debates em espaços não institucionais da sociedade. Para o autor, seria a partir da inter-relação desses dois espaços que se construiria a legitimidade de um governo verdadeiramente democrático (HABERMAS, 1997).

descrito anteriormente de forma simplificada, ocorre sem a percepção ou racionalização das pessoas, mas ele não deixa de acontecer por não ser percebido ou racionalizado por todos.

Neste ponto, é importante se observar que, com a entrada dos meios de comunicação de massa na equação, ocorre a convergência entre os conteúdos dessas duas seções do artigo. Essa convergência, na realidade, é uma sobreposição de papéis exercidos pela mídia. A sobreposição se materializa a partir da constatação de que a mídia de massas, um agente econômico privado cujo produto principal a ser comercializado é a produção, manipulação e disseminação de conteúdo simbólico, é também responsável por fornecer a maior parte das informações que irão subsidiar o fluxo comunicativo entre as subesferas e os diferentes níveis da sociedade civil. Por último, e tão importante quanto, esse agente econômico serve de plataforma para a manifestação e publicização da própria esfera pública. Em outras palavras, os debates públicos sobre os mais diversos temas de interesse geral ocorrem nos e através dos meios de comunicação de massa.

No entanto, observe-se que o processo não se encerra aqui. Ao dissecarmos o papel da mídia neste contexto, podemos observar que, intrinsecamente ligada à função de plataforma para a manifestação da esfera pública, a mídia também, e naturalmente, acaba por mediar os debates públicos, seja essa mediação nos fóruns que ela mesma propicia – e, nesse caso, ela seleciona os participantes que serão convidados – ou por meio da sistematização e síntese de tudo o que é debatido em outros fóruns e que é tornado público por ela, a mídia. O problema desse processo é que, como já mencionado, a mídia em geral age guiada pela lógica do mercado. Ela é formada por empresas capitalistas privadas, as quais visam ao lucro e ao sucesso empresarial seu e dos grupos sociais aos quais pertencem seus proprietários. Portanto, a mídia é um agente econômico na esfera pública interessado nos resultados dos debates que ela mesma produz, sobre os temas que ela mesma seleciona, promove e subsidia com informações. Portanto, esse agente econômico privado (a mídia) estará naturalmente interessado na forma com que o resultado dos debates públicos vai impactar as decisões políticas tomadas na esfera estatal.

Note-se que a sobreposição de diferentes e contraditórios papéis da mídia na condução dos debates na esfera pública não é um evento meramente episódico ou pouco relevante, é uma característica de um comportamento rotineiro, incluindo o de ator político, mediador entre a sociedade civil e a esfera estatal, que substitui, assim, os

partidos políticos, importantes pilares da democracia representativa contemporânea, tema que será abordado na próxima seção deste artigo.

4. A MÍDIA ENQUANTO ATOR POLÍTICO

O objetivo desta seção é fazer breves apontamentos para que haja entendimento sobre como tem se dado a interação entre partidos políticos e mídia no contexto da democracia representativa, em geral, e o que significa para este artigo a expressão mídia enquanto ator político, o qual, praticamente, substitui os partidos no papel de intermediação entre a sociedade civil e a esfera estatal. Enfatiza-se que não se pretende aqui trazer uma análise profunda e exaustiva sobre a gênese dos partidos políticos e o conceito de representação, os quais, como já mencionado, são componentes fundamentais para o atual modelo de democracia liberal contemporânea. Portanto, para melhor contextualização, quando o artigo trata do surgimento dos parlamentos e partidos políticos, a referência são os séculos da modernidade europeia, tendo a Inglaterra como o seu ponto de partida.

Ao se pensar sobre a representação na contemporaneidade, facilmente passa despercebido o fato de que o seu advento como parte integrante do conceito de democracia liberal é fruto de um processo histórico de longo percurso. O seu desenvolvimento não ocorreu a partir de elaborações feitas por teóricos debruçados sobre o tema, tentando deliberadamente engendrar maneiras de a população em geral, ou grupos com as mais diversas formas de identidade interna, serem representados nas instituições de governo. O seu aparecimento e incorporação ao modelo de democracia liberal ocorreu, durante a modernidade europeia (mais ou menos do século XVII ao século XIX), como um efeito colateral, consequência e resultado das tentativas de se resolver conflitos reais, os quais, muitas vezes, transcendiam os debates racionais (SANTOS, 1992). Em outras palavras, os partidos políticos não surgiram como o resultado de qualquer planejamento feito *a priori*.

No início, a eleição de representantes para os parlamentos, ou seja, antes do surgimento dos partidos políticos, realizava-se a partir das relações de poder locais, onde a notabilidade, influência e confiança se construía. Ou seja, eram eleitas as pessoas de maior notoriedade em áreas geográficas e grupos sociais específicos. O parlamento, na época, era o local, por excelência, para o debate das questões políticas, e não as

comunidades. O comportamento do representante eleito, bem como suas posições adotadas, era resultado exclusivo daquilo que ele próprio entendia como a coisa certa a fazer no cumprimento de sua função. Não havia qualquer relação entre os eleitores organizados e os representantes eleitos (DIAS, 2010). Bernard Manin (1995) chamaria esse estágio da representação, anterior aos partidos, de parlamentarismo ou Democracia do Parlamento¹².

No entanto, esse modelo foi se alterando com o passar do tempo, à medida que diferentes grupos populacionais foram adquirindo o direito de participação e voto. O surgimento dos partidos políticos acabou sendo um desdobramento desse processo. No início, o que veio a ser chamado de “partidos políticos” eram “facções”, ou grupos de pessoas com ideias, interesses e, muitas vezes, necessidades comuns. A imagem desses grupos e pessoas era vista de forma negativa pelo restante das populações, pois tinham como objetivo a defesa dos interesses daqueles grupos em detrimento da sociedade em geral. Porém, gradativamente, à medida que os conflitos foram surgindo e sendo resolvidos, essa conotação negativa foi mudando, assim como a denominação “facção” foi, aos poucos, sendo substituída por “partidos”. Ainda assim, continuaram sendo organizações vistas com desconfiança durante muito tempo. A sua incorporação definitiva ao contexto da política formal somente ocorreu por volta de 1832, na Inglaterra (DIAS, 2010).

Segundo Dias (2010), esta incorporação dos partidos à política formal ocorreu também como uma reação da burguesia ao crescimento da participação popular nos processos políticos da época, principalmente por ocasião das revoluções americana e francesa. Para o autor, a burguesia buscava novas formas para se organizar e exercer influência nas decisões dos parlamentos, os quais possuíam estatutos e regimentos internos definidos. A partir de então, mesmo com a insatisfação de parte das populações, que ainda os consideravam meras organizações para eleger representantes de grupos aristocráticos e burgueses emergentes, os partidos políticos, exatamente pela vinculação com os parlamentares, vão se tornando mais e mais atuantes nas instituições da democracia liberal.

A ascensão dos partidos políticos foi aos poucos alterando a relação entre sociedade e parlamento. Com o tempo, foi surgindo o sentimento de identidade dentro de grupos e classes sociais representados por partidos, o que, por sua vez, passou a

¹²Modelo de democracia em que as decisões, segundo Manin (1995), eram tomadas no âmbito do parlamento, com nenhuma ou pouca influência da sociedade em geral.

moldar o comportamento do parlamentar eleito no cumprimento de suas funções. O eleitor passa a votar no programa com o qual mais se identifica. O debate sobre questões envolvendo o parlamento e o comportamento do eleito ultrapassa o âmbito parlamentar e passa a ser objeto de discussões dentro dos próprios partidos e grupos sociais representados (MANIN, 1995).

Assim, de forma definitiva, os partidos políticos saem da condição de marginalidade por sua identificação com grupos específicos e passam a ser considerados organizações fundamentais para a democracia representativa contemporânea. Eles passam a fazer parte de um conjunto de instituições que tem como objetivo dirimir os conflitos sociais, além de se transformarem no instrumento natural de disputa pelo poder do Estado com a implantação do sufrágio universal. Bernard Manin (1995) chamou esse estágio de Democracia de Partidos¹³.

No transcorrer do século XX, mais precisamente na sua segunda metade, o modelo de democracia representativa, fundado na Modernidade europeia, parece entrar em um processo de decadência ou de transformação. Muitos chamam esse processo de crise do modelo de democracia representativa. “Os Partidos Políticos passaram a perder credibilidade e importância nas disputas pelo poder, tornando-se em certas circunstâncias, quase obsoletos” (CASTELLS, 2000, p. 401). Os eleitores, em alguns aspectos, fazem um movimento de “retorno” aos primórdios da democracia representativa e passam a olhar, novamente, não para o programa que o candidato representa, mas sim para os atributos pessoais a fim de definir seu voto. Muito embora, na maioria das democracias contemporâneas, os partidos ainda sejam necessários para abrigar os candidatos que serão escolhidos, o lugar efetivo dos debates e das disputas passa a ser os fóruns oferecidos pela comunicação de massa (mídia), em ininterrupto, e acelerado, desenvolvimento já desde o início do século XX. Bernard Manin (1995) chama esse estágio da representação de Democracia de Público¹⁴.

Diante desse quadro, um questionamento pelo menos parece inevitável: o que teria influenciado essa mudança e o conseqüente declínio da credibilidade do atual modelo de representação, em especial dos partidos políticos, nas sociedades contemporâneas? Certamente não há uma resposta pronta, tampouco consenso sobre o que possa ter causado esse fenômeno. O que há são alguns indicativos de possibilidades.

¹³ Modelo de democracia em que as decisões, segundo Bernard Manin (1995), eram e são tomadas com a participação da sociedade, através dos partidos políticos.

¹⁴ Modelo de democracia em que o público, segundo Manin (1995), é um mero espectador dos processos que acontecem no palco oferecido pelos meios de comunicação de massa.

Ghiglione e Bromberg (1998) consideram que, entre essas possibilidades, estão a perda de sentido da dicotomia entre esquerda e direita no campo político, o considerável crescimento do eleitorado com o sufrágio universal, a constante e inexorável inserção da mídia no contexto das disputas, além da mudança de comportamento e atitude de quem vota em relação com a política propriamente dita. Norberto Bobbio (1987) diria que a diferença entre o que se espera da democracia representativa e o que ela pode, efetivamente, entregar está na gênese dessa crise. As expectativas criadas sobre as potencialidades do modelo teriam sido excessivamente grandes comparadas com a realidade dos fatos, ou seja, aquilo que poderia, verdadeiramente, ser feito dentro dos limites do campo político.

Por outro lado, Bernard Manin (1995) parece não concordar que esses movimentos sejam componentes de uma efetiva crise ou derrocada da representação. Para ele, o que passou a ocorrer foi uma transformação nas formas de se exercer essa representação. Tal transformação também estaria acontecendo quanto à identificação entre o eleitor e aqueles que receberão seu voto. Ela teria se pulverizado, fugindo do engessamento ocasionado pelos programas partidários, vinculando-se, agora, mais à pessoa do candidato e à sua imagem pública, criada e cultivada através meios de comunicação de massa, principalmente a TV. Para o autor, gradativamente, os meios de comunicação de massa vão se transformando nos fóruns privilegiados para a discussão dos assuntos públicos. Com esse movimento, a mídia, praticamente, substitui as organizações da sociedade civil, principalmente, os partidos políticos, como canalizadores de demandas para os debates na esfera pública, mas também desta com o parlamento e governos (esfera estatal). Aliás, a composição dos parlamentos e governos eleitos passa a depender, quase que, exclusivamente das informações que os eleitores recebem da mídia a respeito dos candidatos, e do sucesso destes na tarefa de se comunicar com a linguagem dos meios.

Note-se, no entanto, que, mesmo admitindo o papel privilegiado da mídia no contexto das sociedades ocidentais contemporâneas, Bernard Manin não a vê como um ator político engajado. Para ele, a mídia é um mero palco inerte, sobre o qual o espetáculo da política se realiza. Para o pensador francês, mesmo que possa haver preferências políticas dentro dos meios de comunicação, estes têm se mostrado um cenário neutro que não interfere no resultado final das disputas. Para ele, o fato de os meios não estarem vinculados estruturalmente às organizações políticas dos partidos, como ocorria durante a modernidade europeia, aliado ao que ele chama de certa homogeneidade dos conteúdos

veiculados pela mídia, já seria o suficiente para demonstrar essa suposta neutralidade dos meios. Outro elemento importante, segundo a argumentação de Manin, diz respeito ao fato de que, embora as informações sobre os candidatos sejam relativamente homogêneas, a neutralidade que ele afirma existir por parte da mídia faz com que haja a formação de pontos de vista diferentes dos eleitores sobre os temas políticos (MANIN, 1995).

Nesse sentido, por meio de uma outra perspectiva – no caso analisando a necessidade de pluralidade de informações para o funcionamento adequado das democracias procedimentais¹⁵ contemporâneas –, Giovanni Sartori (1994) viria, indiretamente, em defesa do pensamento de Manin. O pensador italiano não veria problema no fato de a mídia ser uma empresa mercantil. Segundo ele, as leis do mercado, às quais a mídia está submetida desde que se transformou em empresa, e o seu caráter autorregulatório seriam suficientes para garantir o pluralismo e, por que não dizer, imparcialidade necessárias para que as pessoas possam fazer suas escolhas. É importante mencionar aqui, novamente, que, durante a modernidade europeia (principalmente durante o iluminismo), embora a imprensa fosse, em geral, privada, havia a mística de que ela era o quarto poder que agia em nome da sociedade civil na fiscalização dos poderes constituídos pelo estado moderno. Com a consolidação do capitalismo, principalmente na passagem da idade moderna para a contemporaneidade, a imprensa perde a mística de quarto poder e se transforma, definitivamente, em uma empresa capitalista, como qualquer outra.

Note-se, no entanto, que nem Manin, nem Sartori, desconhece, ou nega, a importância da mídia para os processos políticos sociais. Afinal, sem a mídia, a própria Democracia de Público, teorizada por Manin, não teria a possibilidade de existir. A Democracia de Público só pode se realizar tendo como palco os fóruns disponibilizados pelos meios de comunicação de massa (MANIN, 1995).

Mesmo com críticas contundentes com relação à televisão, no geral, Sartori parece confiar nas regras do mercado e na autorregulação da mídia. Para ele, isso seria suficiente para garantir informações diversificadas, imparciais e verdadeiras, um pouco na linha do pensamento de Robert Dahl (1997) sobre a existência de pluralidade de grupos

¹⁵ Modelo de democracia atual que oferece uma série de alternativas de participação do cidadão nos processos decisórios políticos, como a possibilidade de participar ativamente dos partidos políticos e de votar e ser votado em eleições periódicas.

disputando o poder nas poliarquias¹⁶. No entanto, o autor italiano não leva em consideração as disparidades entre esses grupos no que tange à capacidade de alocação e mobilização de recursos nos processos de disputas eleitorais.

Quanto à postura de Manin, parece haver dois elementos subjacentes que merecem ser identificados aqui, mesmo que brevemente. O primeiro é que, ao usar a analogia dos meios de comunicação como palco imóvel para a realização do espetáculo da política, o autor parece buscar no “modelo ideal” da imprensa do século XVIII a inspiração para a sua ideia de mídia – a imprensa idealizada na época como o “espaço” para os debates e construção da opinião pública, um pouco nos moldes do que Habermas (2014) descreveria como o funcionamento da esfera pública burguesa. O outro elemento que pode ser observado nos escritos de Bernard Manin é que o autor parece trazer elementos do movimento surgido na imprensa comercial estadunidense no início do século XX, que pressupõe que a informação veiculada na mídia deve ser clara, objetiva e imparcial, buscando sempre a descrição dos fatos da forma mais precisa possível, ou seja, o jornalismo atuando como alguém que narra e descreve a realidade, mas não a interpreta. Esse movimento constituiria, segundo o autor, um contraponto decisivo ao jornalismo engajado, característica marcante do que se fazia na modernidade europeia.

Paralelamente a Bernard Manin (1995) e Giovanni Sartori (1994), há uma série de autores e estudos sobre a relação entre mídia e política que, no que pese os seus mais variados objetos de pesquisa e especificidades, apontam na direção oposta. Essa direção, no entanto, parte de uma mesma posição inicial dos autores mencionados anteriormente, que confirma a centralidade dos meios de comunicação de massa nos processos políticos das democracias representativas contemporâneas. Porém, eles vão bem mais além, considerando a mídia enquanto uma empresa privada capitalista, um ator político ativo e interessado, não apenas um elemento neutro regulado pela competição mercantil.

Patrick Champagne (1993), por exemplo, defende que o papel da mídia de massas na política contemporânea foi o que ocasionou, com o passar do tempo, uma perda de centralidade não somente dos partidos, mas também do próprio parlamento, onde costumavam ocorrer as discussões sobre os temas vindos da esfera pública e que originariam leis e políticas públicas a serem implementadas. Segundo ele, a mídia passou a ser, sim, o espaço privilegiado para a realização da política. Esse fato se configuraria à medida que passa a existir, entre as pessoas (audiência), a percepção de que aquilo que

¹⁶Denominação que Robert Dahl (1989) elaborou para classificar um regime mais ou menos democrático de acordo com critérios que o autor mesmo criou.

está sendo debatido na mídia, principalmente na televisão – âmbito onde, por exemplo, as pesquisas de opinião são divulgadas e cumprem papel de alta relevância –, é mais importante do que a política feita em qualquer outro fórum fora do alcance dos holofotes da mídia, incluindo os parlamentos.

Na mesma linha de Champagne, Edward Herman e Noam Chomsky (1988) apontam para as falhas do mercado em se autorregular e, por conseguinte, em regular os meios de comunicação como uma das principais causas da crise enfrentada pela democracia representativa contemporânea. Seriam essas falhas ou, mais exatamente, os efeitos do poder econômico os fatores principais incidindo na parcialidade da mídia, consequentemente, na sua maneira de informar, nos métodos de persuasão da audiência utilizados e, em última análise, no seu posicionamento diante de temas de interesse geral da sociedade. Esses dois autores não estão preocupados com os efeitos causados pela mídia no curto prazo. Suas preocupações se relacionam aos seus efeitos cumulativos, no longo prazo, e como os meios de comunicação de massa, concentrados como propriedade de grandes conglomerados empresariais, desempenham um papel de controle e dominação sistêmicos.

Para esses dois autores, o processo todo começa já na “[...] pré-seleção de pessoas com visões de mundo comuns, com preconceitos internalizados, que se adaptam aos limites impostos pelos proprietários, organização, mercado e poder político” (HERMAN; CHONSKY, 1988, p. xii). Os desequilíbrios do sistema de mercado seriam os definidores das ações da mídia enquanto empresa. O poder econômico de grupos específicos e o Estado, direta ou indiretamente, utilizariam-se daquilo que Herman e Chomsky chamariam de um sistema de filtragem no estabelecimento do tipo de informação que chega até a população.

O primeiro dos filtros seria a concentração da propriedade dos meios de comunicação de massa e sua orientação para o mercado. Isso poderia ser constatado pelo fato de que, mesmo com uma enorme diversidade de tipos de mídia, a produção da informação está concentrada em um grupo restrito de conglomerados de mídia e agências de notícias, os quais vão produzir e tornar públicas as informações que recebemos sobre o mundo diariamente. Segundo os autores, quase tudo o que acontece no mundo, não importa o tipo de mídia utilizado para a sua divulgação, passa primeiro por esse filtro antes de chegar às populações (HERMAN; CHONSKY, 1988).

O segundo filtro seria o fato de a publicidade (*advertisement*) privada, ou estatal, ser a principal fonte de receita dos meios. Essa dependência da publicidade acabaria por

conferir aos anunciantes influência, direta ou indireta, sobre o conteúdo das informações veiculadas. Esse tipo de influência poderia ser direta quando há o patrocínio de algum tipo específico de programação noticiosa ou documentário. Mas, no cotidiano, ela se manifestaria de forma indireta, o comercial, ou *advertisement*, que introduz os componentes subliminares que devem ser assimilados como padrões de comportamento (HERMAN; CHONSKY, 1988).

Um terceiro filtro pode ser considerado um desdobramento do segundo. Nesse caso, as fontes primárias de informações veiculáveis, das quais a mídia se tornou dependente, seriam o Estado e as empresas, ou os especialistas designados por estes, que definiriam a interpretação dominante sobre as temáticas tratadas. O quarto filtro também pode ser visto como uma sequência lógica dos dois anteriores e se resumiria na capacidade de agentes com poder político e econômico de retaliar os meios quando as informações veiculadas não estão de acordo com os seus interesses (HERMAN; CHONSKY, 1988).

Por fim, o quinto filtro seria o anticomunismo, que, a princípio, poderia-se pensar como mais restrito aos Estados Unidos; porém, pelo caráter global da mídia ocidental contemporânea, ele acaba se estabelecendo como uma regra da mídia em geral. Enfim, o objetivo e o resultado de todo esse processo seria a “fabricação do consenso” sobre o modelo de sociedade a ser internalizado *na* e adotado *pela* população, como o próprio título da obra desses autores sugere (HERMANN; CHOMSKY, 1988).

Essa mesma lógica serve de embasamento para as elaborações feitas pelo pesquisador brasileiro Venício Artur de Lima (2012) sobre a capacidade de influência da mídia. Para Lima, os efeitos cumulativos de longo prazo ocasionados pelos meios de comunicação de massa são os mais significativos, passíveis de observação e constatação. As representações que a mídia faz da realidade, “[...] dos mais diferentes aspectos da vida humana [...]” como, “[...] das etnias, dos gêneros, das gerações, da estética e, em particular da política e dos políticos, [...]” são os principais instrumentos utilizados para esta tarefa. “É através da mídia que a política é construída simbolicamente, e adquire um significado” (LIMA, 2004, p. 55-56).

Lima faz uso do conceito de hegemonia¹⁷, elaborado pelo pensador italiano Antônio Gramsci no início do século XX. No entanto, ele traz também as interpretações e contribuições de Raymond Williams (1989) ao conceito original de hegemonia. Entre

¹⁷ O conceito de hegemonia foi desenvolvido por Antônio Gramsci no início do século XX para descrever como as classes dominantes economicamente exercem a dominação ideológica sobre as classes subalternas.

essas contribuições, destaca-se o conceito de contra-hegemonia, ou hegemonia alternativa, que se traduziria nos movimentos de resistência, oposição e enfrentamento às forças hegemônicas dentro da sociedade. Lima, também, enfatiza o enorme desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação de massa contemporâneos, como a televisão e internet, e todas as potencialidades que o acompanham, numa comparação com o que existia no período em que Gramsci produziu seus escritos. Para ele, a forma como todo esse desenvolvimento foi utilizado nas e para as práticas do campo político é um dos fatores que contribuíram decisivamente para o enfraquecimento da representação e dos partidos. Pois, quando a mídia passa a ser o lugar quase que exclusivo do debate político público, os outros fóruns tendem a perder sua importância. Nesse contexto, a mídia acumularia uma série de funções (já descritas nas seções anteriores deste artigo) que, em maior ou menor grau, seriam responsabilidade dos partidos políticos ou do próprio parlamento em conjunto com a sociedade (LIMA, 2012).

Lima assevera que isso traz uma série de implicações que precisariam ser levadas em consideração. Para a área das Ciências Humanas, a consequência seria “[...] que análises das mensagens de mídia, isoladas de um contexto mais amplo de explicação, perdem sua capacidade de compreensão do real” (LIMA, 2012, p. 253), pois seus efeitos nunca são isolados, mas sim parte de um contexto muito mais amplo. Com relação à democracia, as implicações seriam, primeiro, o questionamento sobre que tipo de democracia emergiria de “[...] sociedades em que a construção do real é necessariamente mediada pelas tecnologias de reprodução/criação de informações e imagens” (LIMA, 2012, p. 253). Essa construção passa sempre pelo filtro dos meios e tem seus efeitos cumulativos. Adiciona-se, a isso, o componente econômico social, no qual as informações são produzidas e transmitidas por conglomerados privados de comunicação, com uma tecnologia pós-moderna, para uma maioria populacional que, pelas desigualdades sociais gerais, não consegue se beneficiar sequer “[...] das mais elementares conquistas da modernidade” (LIMA, 2012, p. 253). E, por fim, ficaria o desafio lançado aos pesquisadores que têm a relação entre a política e os meios de comunicação como o seu principal objeto de estudo. Como “[...] construir uma democracia em que a vontade da maioria não corra o risco de submergir diante da ‘competência’ de segmentos sociais que detêm o controle sobre a informação e a construção das imagens públicas” (LIMA, 2012, p.253)?

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma análise com a natureza do que foi exposto neste introdutório e descritivo artigo suscita mais questionamentos do que respostas. Por exemplo, os meios de comunicação de massa, ao se transformarem em grandes corporações empresariais capitalistas, ao serem apropriados por grupos de inegável domínio econômico nas diferentes sociedades, com uma capacidade de alocação de recursos quase ilimitada, servem a que interesses? São as sociedades humanas, em geral, que se beneficiam dessa máquina de produzir e reproduzir conteúdo simbólico, ou são os grupos sociais e econômicos, específicos, aos quais pertencem os proprietários privados da mídia, os principais beneficiados? De quem são as vozes que são e serão ouvidas na esfera pública? Os processos sociais formatados pelos meios de comunicação de massa estão contribuindo para o aprofundamento da democracia e seus procedimentos ou podem estar contribuindo para o aprofundamento da despolitização das sociedades em um processo que, no limite, pode estar criando as condições objetivas para a radicalização antidemocrática, das quais a história humana está repleta de exemplos, cujos resultados foram, invariavelmente, nefastos para a grande maioria das populações? A inegável influência da mídia, no mundo atual, serve para estabelecer uma maior equidade quanto à pluralidade de vozes sendo ouvidas pelo conjunto das sociedades, durante a construção dos processos sociais e os procedimentos formais da democracia contemporânea representativa, ou serve apenas de instrumento para a manifestação de vozes definidas arbitrariamente, e manutenção da hegemonia dos interesses econômicos, em detrimento dos interesses das populações em geral?

Uma resposta rápida e simples para os questionamentos acima poderia seguir um raciocínio que adota a lógica dos fatos observáveis empiricamente, os quais se tem experimentado cotidianamente. A consequência da midiáticação das sociedades contemporâneas (pela forma com que ela aconteceu e tende a continuar acontecendo, com o controle da produção e reprodução da informação por grandes conglomerados privados de comunicação) é que as vozes da sociedade, as quais terão acesso à, e serão ouvidas na, esfera pública tendem a ser aquelas selecionadas por quem tem o controle desse processo, ou seja, os meios de comunicação de massa. Os interesses dos grupos de efetivo poder (econômico) nas sociedades, que são os mesmos proprietários da mídia, tendem a continuar controlando o fluxo comunicativo entre os diferentes níveis e subesferas da sociedade civil. E, aqui, pode-se sugerir sem grandes riscos de equívoco

que, inclusive a internet, com todas as suas potencialidades, segue essa mesma lógica. As vozes dos grupos subalternos, ou seja, daqueles de limitada capacidade para alocar recursos na tentativa de se fazerem ouvir na esfera pública, tendem a permanecer em silêncio. Não que eles não tenham voz e não queiram se manifestar, como diria Miguel (2000). Na melhor das hipóteses, suas vozes serão ouvidas por eles mesmos. Acontece que a esfera pública, tendo como principal plataforma e mediador os grandes meios de comunicação de massa, que são agentes privados ativos no mercado, com fortes interesses econômicos e políticos no jogo sendo jogado, não oferecerá os espaços necessários para que esses outros atores e grupos sociais possam mostrar as suas interpretações do mundo, suas reais necessidades e interesses (MIGUEL, 2000).

Desta forma, considerando que a argumentação utilizada neste artigo possa ser verdadeira e fazer algum sentido, configura-se uma contradição insolúvel entre os diferentes papéis exercidos pelos meios de comunicação de massa nas sociedades contemporâneas. As descrições feitas nas seções anteriores não deixam dúvidas quanto a isso. Um agente econômico privado, com interesses tanto econômicos quanto políticos, não deveria ser a principal, e quase exclusiva, plataforma na qual se manifesta a esfera pública. Este mesmo agente não deveria ter o poder de estabelecer a agenda, de assuntos de interesse público, sendo debatida na esfera pública. Este mesmo agente não deveria ser o responsável pela seleção dos atores, os quais participam dos debates, muito menos o seu mediador. Por fim, este agente não deveria ser a principal fonte de informações sobre as temáticas sendo debatidas na esfera pública.

Ao sugerir a neutralidade e imparcialidade dos meios de comunicação de massa, nos processos políticos sociais, comparando-os a um palco para espetáculos, imóvel e inerte, desinteressado com relação aos conflitos que nele possam ocorrer, Bernard Manin (1995) não leva em consideração as características que a mídia contemporânea adquiriu, principalmente durante o transcorrer do século XX. Esta mídia, pelo seu poder quase ilimitado, tem assumido cada vez mais as funções dos partidos políticos. Aqui, pode-se aceitar que se vive uma Democracia do Público (plateia), como teorizou Manin, na qual os meios de comunicação de massa passaram a ser o espaço privilegiado de realização da política, com a perda de centralidade de programas partidários e de grupos identitários maiores, como as próprias classes sociais. Porém, os fatos contradizem a sequência da teoria de Manin. Ao contrário do que preconizara o autor francês, a mídia não é um palco, inerte e neutro, para o espetáculo da política. A mídia, no mais das vezes, é uma empresa capitalista privada, é propriedade de grupos economicamente dominantes nas

sociedades. A mídia não representa a si mesma, ou seja, ela não é um poder que se esgota nela mesma. Ela é um campo meio, e instrumentalizado, no processo de controle das informações que chegam às sociedades. Portanto, com essas características, a mídia contemporânea, formada por conglomerados capitalistas de comunicação, não pode ser considerada independente, muito menos livre, como apregoam seus porta-vozes quando se tenta debater a necessidade de uma verdadeira democratização do setor.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso de. **Another “Fourth Branch”**: press and political culture in Brazil. *Journalism* 6 (4): 486-504, 2005.
- BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade**: para uma teoria geral da política. 2. ed. Rio de Janeiro, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society**. Oxford: Blackwell Publishing, 2000.
- CHAMPAGNE, Patrick. La vision médiatique. In : BOURDIEU, Pierre. **La misère du monde**. Paris : Seuil, 1993.p. 61-79.
- DAHL, Robert A. **Poliarquia**: participação e oposição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.
- DIAS, Reinaldo. **Ciência política**. São Paulo: Atlas, 2010.
- FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 41-69, 2011.doi: 10.1590/S0103-33522011000200003
- FONSECA, Francisco. Mídia e esfera pública: reflexões sobre o caráter mercantil, privado e liberal dos meios de comunicação de massa. **Revista Comunicare**, v. 10, p. 45-57, 2010.
- GHIGLIONE, Rodolphe ; BROMBERG, Marcel. **Discours politique et télévision**. Paris: Presses Universitaires de France, 1998.
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley, C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Pulus, 2008.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: UNESP, 2014. Originalmente publicado em 1962.

HABERMAS, Jurgen. **Direito e democracia: entre a facilidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HERMAN, Edward; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing consent**. New York: Routledge, 1988.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. W. **Dialectic of enlightenment**. Stanford: Stanford University Press, 2002.

KANT, Immanuel. **Paz perpétua**. F. Nicolovius, 1795

LIMA, Venício A. **Mídia, teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2012.

LIMA, Venício A. Sete teses sobre a relação mídia e política. **Revista USP**, n. 61, p. 48-57, mar./maio 2004.doi: 10.11606/issn.2316-9036.v0i61p48-57

LIPPMAN, Walter. **Public opinion**. New York: Harcourt, Brace and Co, 1922.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 29, out. 1995. Disponível em: <http://anpocs.com/images/stories/RBCS/rbcs29_01.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2022.

MIGUEL, Luís F. Retrato de uma ausência: a mídia nos relatos da história política do Brasil. **Revista Brasileira de História**, v. 20, n. 39, p. 190-199, 2000.doi: 10.1590/S0102-01882000000100008

MIGUEL, Luís F.; BIROLI, Flávia (Orgs.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

NORRIS, Pipa. **The Watchdog role of journalists: Rottweilers, Alsatians or Poodles?** In the Oxford Handbook of Public Accountability. Oxford University Press, 2012.

POPPER, Karl; CONDRY, John. **Televisão: um perigo para a democracia**. Lisboa: Gradiva, 1995.

PUTNAM, Robert D. Bowling alone: America's declining social capital. **Journal of Democracy**, v. 6, n. 1, p. 65-78, 1995. doi: 10.1353/jod.1995.0002

SANTOS, José R. **O que é comunicação**. Lisboa: Difusão cultural, 1992.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. Bauru: EDUSC, 2001.

SARTORI, Giovanni. **A teoria da democracia revisitada: o debate contemporâneo**. São Paulo: Ática, 1994.

THOMPSON, John B. **The media and modernity: a social theory of the media**. Stanford: Stanford University Press, 1995.

WILLIAMS, Raymond. **Resources of hope**: culture, democracy, socialism. London; New York: Verso, 1989.