



Midiocracia, uma nova face das democracias contemporâneas¹.

César Steffen – docente e pesquisador na Universidade de Caxias do Sul².

RESUMO

A ascendência da mídia nas sociedades contemporâneas coloca os canais e linguagens midiáticos como forte operadores dos processos e contatos sociais. Estar na mídia é estar visível a toda sociedade, expondo pautas e negociando demandas. Isto afeta especialmente o campo político e seus fazeres, na medida e que se tornam cada vez mais dependentes e conectados aos canais midiáticos, suas agendas, seus formatos e suas linguagens. Surge assim a midiocracia, uma nova face das democracias contemporâneas.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; democracia, comunicação política, midiocracia.

1. Introdução

A política invade e atravessa nossos dias. Sem perceber, fazemos política nos menores atos: ao cumprimentar um subalterno, ao encaminhar e dar prioridade a um assunto, ao debater e estabelecer metas e objetivos com nossos colegas de trabalho, ... estamos sempre interagindo e negociando com aqueles que nos cercam.

Mas na contemporaneidade o termo política se identifica principalmente com a prática partidária desenvolvida e mobilizada pelos membros de uma classe especialista, a quem cabe dirigir e conduzir os processos e procedimentos gerais da sociedade, dentro do denominado campo político.

Este campo mostra-se cada vez mais dependente de um lugar que não é nativo, natural de seus fazeres, que cada vez mais influencia em suas atividades, ações e estratégias por ser um lugar privilegiado onde seus atores podem expor demandas e processos e obter o apoio das demais camadas da sociedade: a mídia:

O fazer político torna-se, assim e a cada dia mais, um fazer midiático e midiaticizado, um estar na mídia, um estar expondo e em exposição nos espaços midiáticos ao alcance e alcançando coletividades, circulando e negociando processos e fazeres com os demais campos.

¹ : Trabalho apresentado a na Divisão Temática Comunicação, espaços e cidadania, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Blumenau, 2009.

² Docente e pesquisador do Curso de Comunicação Social da Universidade de Caxias do Sul. Doutorando em Comunicação pela PUC-RS. Especialista em Ensino a Distância. Mestre em Ciências da Comunicação na UNISINOS, graduado em Publicidade e Propaganda na UFRGS. cesarsteffen@gmail.com.



Em nossa visão, não é possível pensar a democracia moderna sem as redes midiáticas, na medida em que através da mídia a sociedade se vê, se reconhece e se processa. Da mesma forma, a mídia mostra-se importante na medida em que possibilita ampla audiência e visibilidade aos processos e demandas dos diversos campos envolvidos nas questões de fundo da sociedade.

Assim, buscamos, neste texto, colocar que a mídia, suas estratégias e linguagens se mostram como elementos fundantes, e trazem um novo desenho às democracias contemporâneas.

2. Democracia

A palavra Democracia surge da junção de dois termos diferentes, *demo*, povo, e *kratos*, governo, poder. Ou seja, temos na própria palavra a raiz e essência do poder do povo, sendo este um princípio fundamenta, que forma e gera a identidade de todo o sistema democrático, onde o povo exerce ele mesmo o poder, e no interesse da maioria e em função da maioria são tomadas as decisões, que se funda sobre três princípios principais (Aristóteles, 1977).

Primeiramente, lembramos que na Grécia de Aristóteles, as assembleias tinham o poder e o dever de tomar decisões que influíam em todos os cidadãos. Guerras, impostos, alianças, leis e tratados, acesso a terra e a agricultura, enfim, tudo que girava no dia a dia dos cidadãos era debatido e decidido por todos os que participavam, e em caso de indefinição a decisão era tomada tendo em vista as posições ou interesses da maioria do presentes.

A seguir, temos que a democracia se funda e se define em torno da liberdade, onde as pessoas livres, organizadas e em maioria, tomam as decisões. Mas esta liberdade também significa, além de mandar e viver como se quer, obedecer às decisões tomadas mantendo a ordem. Isto também significa que o poder não pode ficar concentrado junto a um grupo por tempo indeterminado, devendo haver alternância de lados entre quem manda e quem obedece, sob pena do princípio da igualdade, que pressupõem equilíbrio, ser desrespeitado.

Finalmente, na democracia existe um princípio inimitável de igualdade de direitos, semelhante ao da alternância, onde todos os cidadãos devem ter o direito de escolher e de ser escolhidos em igualdade numérica, tendo todos igual peso nas escolhas, de onde surgem as regras Aristotélicas da democracia:



- "1. que todos têm direito de escolher entre todos os seus magistrados;
- "2. que todos têm poder sobre cada um e que cada um deve, por sua vez, mandar nos outros;
- "3. que se devem tirar à sorte os magistrados, ou todos sem qualquer exceção, ou, pelo menos, aqueles cuja tarefa não têm necessidade nem de saber, nem de experiência;
- "4. que nisto não é preciso ter qualquer preocupação com a sorte, ou que, então, mesmo a menor bastará;
- "5. que não se deve conferir a mesma magistratura mais de uma vez à mesma pessoa, ou, pelo menos, que raramente e em relação a muito poucos cargos isso se deve fazer, caso não se trate de cargos militares;
- "6. que todos os cargos devem ser de curta duração ou, pelo menos, todos os cargos em que esta duração breve se mostrar conveniente;
- "7. que todos devem passar pelo poder judicial, qualquer que seja a classe a que pertençam, e devem conhecer todos os assuntos, qualquer que seja a sua matéria, quer se trate de causas da maior importância para o Estado, tais como são as contas e a censura dos magistrados, ou a reforma do governo, que, da mesma maneira, quando se trate de convenções privadas;
- "8. que a Assembléia geral é senhora de tudo e os magistrados de nada; ou que, pelo menos, só a Assembléia tem poder de decisão sobre os interesses principais e que aos magistrados só pertencem os assuntos de pequena importância (...)." (Aristóteles, 1977, p. 136)

Ou seja, temos que a democracia se funda e se opera pelos princípios fundamentais de liberdade e igualdade entre todos os seus cidadãos. Entretanto, como o próprio Aristóteles reconhecia, estes princípios na significam necessariamente o melhor governo, na medida em que era necessário as cidadãos, para tomarem as melhores decisões, aquelas que se dedicavam a prover o bem universal, a felicidade e a união entre todos, se dedicarem a sua formação intelectual – *paidéia* – e ter tempo livre para debater, aprofundando as questões. Ou seja, era condição de funcionamento da assembléia deliberativa da polis, que cada participante tivesse tempo livre para se



informar, refletir, debater, sob pena de serem tomadas decisões instintivas ou impudentes.

Vemos, então, que para Aristóteles, as idéias de equilíbrio e de justiça eram essenciais para um bom governo que fosse bom para todos. Entretanto, devemos lembrar que na polis a idéia de escravidão e de restrição a liberdade individual, bem como a hierarquia entre senhor e escravo era algo natural, não sendo pensada em termos de oposição ou conflito, mas como manifestação de uma ordem natural das diferenças entre as pessoas. Mulheres, por exemplo, não tinham direitos na Grécia, bem como escravos.

Reside aí o princípio fundamental que diferencia a idéia de democracia grega das democracias contemporâneas, pois na história moderna, especialmente a partir da revolução Francesa e da independência norte-americana, a idéia de liberdade passa a ser encarada como algo natural aos seres humanos, independente de sua raça, credo, origem ou formação. Locke (1994) dizia que o estado dos seres humanos de igualdade, sendo que todos deveriam ser considerados sempre e naturalmente iguais.

A igualdade e a liberdade passam, então, a ser encaradas como algo natural, inato e indissociável da condição de Ser Humano. Logo, sendo todos, sem exceção, iguais e livres, devem, todos, ter direito ao acesso ao poder e as decisões, estando aí a característica das democracias contemporâneas, sendo uma democracia - parafraseando o ex-presidente norte-americano Abraham Lincoln - de todos, por todos e para todos.

O estado, que antes era parte integrante dos cidadãos, e estes dele, numa democracia direta, passou a ser encarado como elemento separado, composto de um corpo administrativo burocrático a quem cabe exercer as atividades de cunho político-administrativo desse estado, numa democracia de cunho representativo, ofertando aos cidadãos o gozo de sua liberdade plena e autonomia em sua vida privada e em sociedade. (ROSENFELD, 1989; WEFFORT, 1984).

Este estado passa a ser um elemento de regulação e controle social, que chama seus cidadãos de tempos em tempos para definir os rumos e processo que serão tomados por este estado, retornando a esfera de sua vida privada. Surge aqui outro elemento das democracias modernas, o sufrágio, onde todos os cidadãos iguais e livres por natureza irão selecionar, por maioria, os cidadãos que ocuparão as posições de ação e decisão.

Temos então, a chamada democracia representativa, que não extingue ou elimina a idéia da maioria – muito pelo contrário - mas onde o poder passa a ser



delegado pelos cidadãos a um conjunto ou grupo de representantes que irão fazer frente às demandas e necessidades do estado. Ou seja, o poder passa a ser não mais um poder de fato, mas o poder de delegar o poder àquele ou àqueles que o cidadão entender como capaz de representá-lo.

Podemos dizer que esta forma de democracia surge em função e com as características do estado moderno, que com seus amplos espaços territoriais e grande quantidade de cidadãos – lembramos, todos os nascidos na nação ou que ganharam o direito de assim ser considerados – fica impossibilitado de reunir todos para as tomadas de decisões. Carece, assim, de um corpo de técnicos e burocratas para cumprir as atividades necessárias ao andamento dos assuntos do estado.

Vemos, assim, de forma geral, que a democracia é o sistema que se funda e gira em torno da igualdade e da liberdade, contando, na visão Aristóteles, com cidadãos informados e, assim, capacitados para tomar as melhores decisões, no caso das democracias contemporâneas selecionar os melhores representantes. Vemos que reside aí a idéia da liberdade e acesso a informação, que nas sociedades contemporâneas gira em torno dos meios de comunicação social.

Muitas são as pesquisas e linhas teóricas que observam uma forte relação e influência dos meios de comunicação nos sistemas e processo eleitorais, logo, sobre a democracia. Sobre isso iremos nos debruçar em mais detalhes a seguir.

3. A mídia e a midiaticização

As pesquisas sobre os processos e fenômenos da comunicação e seus efeitos junto à sociedade remontam a Gabriel Tarde, que pela primeira vez observou os jornais, criando o conceito de opinião pública (ALMEIDA, 2002). Mas estes estudos vão ganhar força após a primeira guerra mundial, tendo na *Mass Communication Research* e em nomes como Lasswell e Lazarsfeld seus expoentes (WOLF, 2003).

Numa época em que o fenômeno da comunicação em larga escala era uma novidade e que o conceito de sociedade de massa, paradigma sociológico surgido no século XIX com a industrialização e a concentração urbana que - segundo esta corrente - levaria ao enfraquecimentos das relações familiares e pessoais, ao isolamento e a alienação das massas frente a sociedade, os pesquisadores investiram em compreender os processos, fenômenos e efeitos da comunicação na sociedade.



Neste cenário Lasswell desenvolve suas pesquisas e publica, em 1927, sua primeira obra, “*Propaganda Techiques in the World War*”, onde extrai lições dos esforços de propaganda e das ações jornalísticas durante a primeira grande guerra mundial. Laswell observou que os meios de difusão eram instrumentos fundamentais para a “gestão governamental de opiniões” tanto dos aliados quanto dos inimigos. Notando na mídia um forte e eficaz instrumento para a circulação de símbolos, e que o trabalho publicitário e informativo havia influenciado na derrota dos alemães no conflito, citava que a propaganda era condição e elemento da democracia, uma vez que seria o único modo de adesão das massas as causa necessárias a sociedade e aos governos.

Já Lazarsfeld, outro pesquisador da mesma época que buscava – e atingiu – a criação de metodologias de análise de audiência, distante da preocupação social dos demais pesquisadores da época, observou os processos de decisão de voto dos eleitores a partir de técnicas de amostragem, detectando fatores, como a influência da mídia, neste processo. (MERTON, LAZARSELD, 2000)

Com isto, Lazarsfeld conclui que a comunicação gerava efeitos, mas que os conteúdos sofriam influência do circulo social que em que o receptor se inseria, identificando o que chamou de líderes de opinião, pessoas com alto grau de conhecimento, informação ou influência sobre um grupo, que eram usados para validar ou não determinada informação. Isso leva o pesquisador a falar no fluxo de comunicação em dois estágios, que passava pelos líderes antes de chegar e ser aceitos pelos grupos.

Assim, vemos –mesmo que rapidamente - que estas pesquisas acabam por superar os paradigmas sociológicos da sociedade de massa, observando que havia influência dos meios de comunicação no tecido social, mas que estes não eram lineares, impostos, e sim dependiam diretamente da sociedade e dos grupos de pertença das pessoas. (WOLF, 2003; MATTELART, 1999).

A teoria sociológica de referência salientava a ação social (não o comportamento) e os valores interiorizados e institucionalizados, tendo o sistema social como um organismo e os indivíduos como um meio para o crescimento da sociedade. Esta corrente observava que a lógica de regulamenta os fenômenos sociais é constituída por relações de funcionalidade, que buscavam a solução de quatro problemas fundamentais, sendo estas a manutenção do modelo e o controle das tensões; a



adaptação ao ambiente e sobrevivência; perseguição a um objetivo comum e integração das partes ao todo.

Estudiosos mais recentes, como McLuhan, reforçam estas visões, porém argumentando de forma diferenciada. Para McLuhan,, o estudo da comunicação devia se focar nos canais – os meios – e nos códigos – aquilo que era dito e as linguagens que se estruturavam nos meios. (MATTELART, 1999; MCLUHAN, 1964)

Preocupado com os efeitos da comunicação social sobre as sensibilidades individuais e coletivas, dizia que o conteúdo era uma mensagem que gerava efeitos sobre o aparelho sensorial humano. McLuhan não se interessava pelos efeitos ideológicos ou persuasivos (WOLF, 2003), mas sim pelos elementos e impactos tecnológicos, onde via um determinismo em todos os níveis de contato que gerava novas formas e novos hábitos de percepção. Da mesma forma, dizia que os meios influem na forma de percepção do mundo criando uma nova territorialidade, trazendo os mais longínquos cantos do mundo para dentro dos lares, e consigo tecnologias que traziam transformações sociais, culturais, políticas e para a própria civilização.

Assim, cria a noção de que “o meio é a mensagem”, ou seja, que acima de noções ideológicas ou políticas os meios de comunicação se inseriam nas sociedades trazendo impactos das mais variadas medidas, mudando a forma como as pessoas entendem e se relacionam com o mundo e com seus pares.

Notamos, assim, nestas diferentes visões – e somos sabedores que outras poderiam ser citadas, mas selecionamos estas correntes por considerá-las as mais representativas - que as comunicações são elementos fundantes das sociedades contemporâneas, desempenhando diferentes funções e processos junto ao tecido social e trazendo novos processos e fenômenos a cada dia. Por mais que os pesquisadores até aqui citados diverjam em vários pontos, coincidem na medida que notam – e de certa forma comprovam – que a comunicação trás fortes e perceptíveis impactos nas sociedades, influenciando na forma como as pessoas percebem fatos e fenômenos e mesmo mudando os rumos e lógicas dos fenômenos que a antecedem.

Os diferentes e diferenciados atores e campos sociais passam, assim, a desenvolver relações com os meios de comunicação na busca de obter visibilidade e negociar suas demandas no tecido social, num fenômeno que muitos autores chamam de mediatização.

Os meios de comunicação operam e articulam tecnologias de transmissão e modalidades de produção e de recepção de mensagens, operando linguagens e técnicas



que servem de suporte à exposição, circulação e negociação das demandas e processos dos vários campos. É função, processo e mesmo razão de ser do campo midiático operar e tornar visíveis os fazeres e demandas dos demais campos, publicizando-os em larga escala e, assim, mobilizando e posicionando os demais campos frente a estes.

No interior do campo midiático, estruturado, nas sociedades capitalistas democráticas, principalmente em torno e através de empresas e grupos empresariais, ocorrem disputas na ordem da audiência da sociedade. Esta audiência é determinante do poder e influência dos meios não somente dentro do campo, mas também sobre os outros campos, na medida em que através dos seus atores e espaços a sociedade divide experiências, processos, conflitos e demandas.

Para Esteves (1998) as interações e circulações de discursos fazem e geram a competência do campo dos mídia. O autor afirma que as trocas discursivas que se realizam em torno de questões de interesse comum formam um compromisso entre os integrantes de um campo e mesmo entre os campos envolvidos nesta mediação. Assim, através da comunicação e da circulação de discursos formam-se os processos de negociação. Ora, se é função e natureza operativa do campo midiático circular discursos dos diversos campos há de se considerar que forma-se assim sua competência como instância de mediação social.

Claro que os campos e instituições mantêm relações diretas e autônomas entre si, negociando suas demandas e resolvendo seus conflitos. Entretanto, nas sociedades modernas e contemporâneas, com o crescimento populacional, a concentração urbana e a assíncronia das dinâmicas individuais, e devido a sua natureza simbólica e conseqüente atividade de circular os processos, demandas e fazeres dos campos na esfera pública, o campo midiático ascende como instância maior - e até mesmo central - do processo de mediação, interação e visibilidade dos diversos campos.

Assim, a mídia torna-se importante elemento de organização da esfera pública, exercendo um papel de forte influência ou mesmo de preponderância nos processos políticos. A mídia deve ser encarada como sujeito, como elemento que dá a ação e faz a ação, que expõe e faz exposto, que media e se faz mediador e opera a visibilidade do processo dos campos nas sociedades contemporâneas.

Os campos assim se acoplam ao campo midiático, ou seja, se unem por um fazer, uma estratégia ou um elemento comum aos seus interesses (LUHMANN,



2000:93) para se fazerem visíveis na esfera pública e cumprirem suas agendas e intenções junto aos demais campos.

Esta ascendência do campo midiático como elemento integrador e mesmo estruturador das relações dos campos sociais faz emergir o fenômeno da midiatização da sociedade, ou seja, da colocação da mídia, suas linguagens e estratégias como operadora das instâncias e processos de mediação, interação e visibilidade dos diversos campos.

A midiatização não trata de uma mediação ou negociação pura, ou mesmo de um processo meramente instrumental e técnico, mas sim de um processo de troca e convergência, um acoplamento estrutural (LUHMANN, 2000:93) entre os diversos campos e o campo midiático a partir de interesses comuns.

Com isso, falar em midiatização das relações e processos dos campos sociais é referir a um processo de interação e negociação que se dá pelas relações com e através da mídia, é se referir a uma mediação midiatizada entre atores e instituições sociais que se dá pela predominância das técnicas e linguagens do campo midiático na esfera pública.

É claro que cada campo tem suas características, suas identidades, operações, planos e intenções frente aos processos, que formam suas agendas operativas e de relação com os demais campos. Assim, a agenda de cada campo e a agenda da mídia se cruzam, se somam e se confrontam na busca do cumprimento dos objetivos e processos dos campos.

Eventos são produzidos para se atingir e ocupar espaço na mídia; reuniões públicas são dirigidas, direcionadas para gerar boas imagens para a mídia; agendas são definidas em função da agenda da mídia, e a sociedade assiste cada vez mais a uma espetacularização³ do seu dia-a-dia.

Mas esta perspectiva pode deixar perceber uma visão excessivamente funcionalista da mídia, ou seja, fixada nas funções dos meios e do campo midiático na sociedade contemporânea. Por isso, ressaltamos que a midiatização se manifesta de forma relacional, ou seja, pelas interações dos campos com a mídia, e se traduz e se

³ Guy Debord cria este conceito em seu "A sociedade do espetáculo", onde a imbricação de capitalismo, mercadoria e espetáculo são emblemas de uma sociedade mercantilizada e comercial em suas instâncias. Não aprofundamos estes conceitos neste trabalho na medida em que compreendemos ser um eixo teórico afastado de nossa problematização, além do fato de que, em nossa opinião, reduzir o espetáculo a uma relação mercantilista e capitalista nos parece ignorar a função do espetáculo enquanto fato e fator de sedução, mobilização e de visibilidade, necessário a inserção e circulação dos processos e fazeres de cada campo no espaço público midiatizado.



manifesta enquanto processo técnico/lingüístico que surge e se reforça pelas ações dos meios.

Há de se considerar então que, como já dissemos, a mídia influi e é influenciada pela sociedade em que se insere, pois não existe campo isolado ou mesmo autosuficiente, onde a simples necessidade de manutenção econômica dos meios através de variadas operações – venda de publicidade, financiamento público, etc. – torna-se um exemplo.

Logo a midiaticização trata de um triplo fenômeno: a questão técnica, de conformação dos processos dos campos pelas linguagens da mídia; o papel social das demandas dos campos que se midiaticizam buscando gerar seus efeitos em larga escala; e as relações que se estabelecem entre o campo midiático, os demais campos e destes entre si através da mídia.

Podemos assim notar que a midiaticização amplia a área de conflito dos atores dos diversos campos, na medida em que além dos processos internos ao campo estes devem também estar em permanente negociação e mesmo “atravessamento” pela mídia para buscar cumprir suas metas e efeitos junto aos demais campos.

Este processo de midiaticização coloca a mídia como condição para os processos políticos e democráticos modernos. Na medida em que, cada vez mais, é através das redes midiáticas que as questões sociais se fazem negociáveis e tensionam os processos dos demais campos, influenciando as resoluções necessárias ao desenvolvimento e à sustentação das lógicas sociais e democráticas onde se inserem, a mídia mostra-se como elemento fundamental da política contemporânea.

A democracia contemporânea se dá, se faz e se promove pela e através da midiaticização devido a necessidade da ampla audiência que os processos e as redes midiáticas alcançam, tendo então o campo midiático um fundamental papel político nos processos democráticos (WOLTON, 2000). Basta lembrar da censura e dos instrumentos restritivos à liberdade do fazer da mídia normalmente – se não sempre – impostos e praticados por regimes autoritários que podemos observar a importância da mídia para a democracia moderna⁴.

⁴ Como exemplo podemos citar a constante presença de censores dentro das redações dos jornais durante o regime militar Brasileiro, que ainda hoje gera debates, traz novos fatos a público e é permanente fonte para o cinema e a literatura de nosso país.



O campo midiático converte-se, então, num espaço de convergência, onde as demandas da sociedade se fazem presentes, provocando o debate público e pautando os processos sociais. Estes, por sua vez, irão influenciar e pautar a mídia, onde as relações autônomas, diretas entre os campos acoplam-se e ascendem ao campo midiático, à esfera de visibilidade pública, e tensionam os processos dos demais campos sociais.

Falar, então, em midiatização da política, é referir um processo de busca de espaços e visibilidade que se dá numa tensa relação entre o campo político e o campo midiático, que se torna co-operador dos processos discursivos do campo político, contaminando seus atos com suas linguagens e regras enunciativas.

Com isso, como colocamos anteriormente, vemos que as democracias contemporâneas ocorrem, acontecem por e através das redes midiáticas, devido a necessidade da ampla audiência que os processos e as redes midiáticas alcançam e a influências que as redes midiáticas operam sobre as operações estratégicas, lingüísticas e discursivas dos diversos campos, principalmente o campo político.

Basta observarmos os movimentos que atores políticos fazem junto aos meios de comunicação para negociar suas demandas – onde podemos citar como exemplos, o horário de propaganda eleitoral gratuita, os canais a cabo do legislativo e mesmo as entrevistas de ministros e secretários defendendo posições e projetos de governo nos meios de comunicação – que vemos a importância e centralidade da mídia como agente operadora das demandas democráticas contemporâneas.

Assim, os discursos e processos midiatizados dos campos sofrem uma interferência, “contaminação” pelas lógicas lingüísticas e operativas do campo midiático, pois para se inserir nos seus espaços, circular e gerar seus efeitos um discurso deve estar construído em conformidade com as estratégias e linguagens que mobiliza. Ou seja, um campo que deseje se fazer visível através da mídia deve estar em conformidade com as linguagens, processos, agendas e formatos do campo midiático.

Temos, então, a mídia como uma condição de produção de discursos e ações, que afeta formatos, processos, linguagens e até mesmo demandas do campo político, na medida em que ambos se articulam, competem e negociam dentro de suas especificidades, buscando cumprir e manter suas agendas, intenções e processos.

Vemos, pois, a especificidade da midiatização da política, que mostra uma das faces mais claras da midiocracia, onde a formatação de suas linguagens e processos



são gerados em conformidade - ou atendendo - as estratégias e lógicas do campo midiático. Este, por sua vez, insere a política em seus espaços, dando visibilidade e possibilitando a geração de efeitos sobre os demais campos.

Interessante observar, sob outro enfoque, que diante desta centralidade da mídia o campo político busca criar instâncias próprias de midiatização, manipulando linguagens e apropriando-se de gêneros e elementos oriundos e eminentes do campo midiático para buscar construir suas visibilidades midiáticas próprias. Veículos como, dentre outros, a “TV Câmara” e a “TV Senado”, transmitem imagens, sessões, entrevistas e programas gerados pelo campo político através de TV a cabo, sendo já importante fator de mobilização de discursos e processos nos plenários⁵, mas não podemos esquecer, também, do Horário de Propaganda Eleitoral Gratuito – HPEG.

Neste “grande palco midiático” o campo político luta para que as luzes se voltem e estejam sempre focadas em seus processos e fazeres, aliando-se a mídia, ou usando de suas linguagens e estratégias, como forma necessária e efetiva de circular seus processos e fazeres junto à sociedade. Nesta busca a presença de assessores especialistas nas linguagens e processos da mídia é elemento constante, às vezes tão importantes quanto o próprio político ou candidato, onde o campo político e seus atores deixam de agir e atuar por si só, mas passam a necessitar da presença e auxílio constante de profissionais especializados nas regras e linguagens midiáticas para ocupar espaços e cumprir suas agendas. Um processo eleitoral é um importante representante deste processo em todas as suas variáveis e variações.

Por isso em nossa visão, não é possível pensar a democracia moderna sem as redes midiáticas - especialmente as eletrônicas - na medida em que, como já foi dito, através da mídia a sociedade se vê, se reconhece e se processa. Da mesma forma, a mídia mostra-se importante na medida em que possibilita ampla audiência e visibilidade aos processos dos diversos campos envolvidos nos pleitos e nas questões de fundo da sociedade.

O espaço midiático configura-se então como o lócus onde são divididas, debatidas, tensionadas e até mesmo resolvidas as diversas demandas, fazendo circular discursos e processos do campo político, agendando, verificando ou aprofundando as

⁵ Para termos um exemplo deste fenômeno, em 23 de maio de 2003 uma sessão da câmara federal chegou a ser suspensa quando um deputado percebeu que os pronunciamentos não estavam sendo transmitidos pela TV Câmara devido a uma entrevista com o deputado Agnelo Queiroz, fato que gerou revolta e protestos. (fonte: <http://www.estado.estadao.com.br/jornal/03/05/24/news135.html>)

questões em pauta e sendo elemento indispensável à democracia, ao fazer político e aos processos eleitorais contemporâneos.

Seguindo esta trilha encontramos Donsbach (1995, p. 179), que fala em midiocracia, a democracia pautada e formatada pelas mídias. Segundo o autor, a midocracia se articulava sob dois eixos principais. Primeiro, há a luta dos diversos atores dos campos sociais pelo espaço, pela audiência, atenção e – possível – aprovação dos cidadãos-espectadores. Ou seja, uma das características da midiocracia seriam os movimentos, ações e estratégias levadas a efeito pelos diferentes atores dos diversos campos – não somente político – no sentido de obter espaços nos meios de comunicação para colocar suas pautas e demandas frente a sociedade como um todo, lançando mão de toda série de estratégias e táticas para e fazer visíveis e obter a atenção e o apoio das demais camadas da sociedade.

Em segundo lugar, Donsbach cita a competição que os meios estabelecem entre si pela audiência, fidelidade e pelos efeitos de seus conteúdos junto a sociedade. Ora, na medida em que os meios se articulam primordialmente como empresas capitalistas que visam e buscam o lucro, e que é a audiência junto a sociedade elemento determinante dos investimentos dos anunciantes publicitários – elemento principal de sustentação das empresas de mídia – é natural que estas façam competição entre si na busca de maior retorno publicitário para sua sustentação.

Vemos que estes dois aspectos se mostram complementares. Na medida em que os meios competem pela audiência, e os diversos campos sociais competem e lançam mão de estratégias para ocupar espaços e, assim, obter parte dessa audiência, vemos que há um jogo, uma quebra-de-braço, um movimento circular de influência e contra-influência entre os meios de comunicação e os campos sociais que, naturalmente, gera influências sobre o tecido social.

Entretanto, em nossa visão o conceito do autor se mostra incompleto, pois há outros aspectos a serem considerados. Temos que a questão da relação mídia, poder, política e campos sociais se faz também pelas influências tecno-lingüística que os meios impõem aos atores para a inserção em seus espaços. Assim, não basta a um determinado ator político obter o espaço, mas ele necessita estar capacitado para agir dentro das regras dos meios, sejam elas de cunho técnico – como forma de enquadramento para TV – ou de cunho discursivo – como conseguir passar sua mensagem em resumos trinta



segundos – ou mesmo de cunho estratégico – como saber pautar ou ser pautado pela mídia.

Ou seja, não basta ao político gerar esforços para obter espaço junto a mídia. Ele também precisa estar treinado e capacitado a agir conforme os formatos e agendamentos do meio de comunicação que abriu o espaço, sob pena da edição e mesmo da supressão do espaço.

4. A guisa de conclusão: midiocracia

Podemos, assim, pensar que o sistema democrático contemporâneo é amplamente influenciado pela presença e ações dos meios de comunicação. Como já argumentamos em trechos anteriores, temos que a mídia como um todo - estando ou não ligada a grupos comerciais - é condição indispensável para os fazeres dos campos sociais nas democracias contemporâneas, sendo o acesso a estas linguagens e tecnologias em toda suas amplitude e diferentes características indispensável para os fazeres e estratégias dos diversos campos sociais.

Com isso, pretendemos mostrar que as condições antes citadas – acesso aos meios, linguagens, etc. - se mostram como características fundamentais e indispensáveis para as democracias contemporâneas e as ações dos diversos campos sociais que dela dependem e nela coexistem. A mídia, então, torna-se uma condição de produção de discursos e ações, afetando formatos, linguagens e até mesmo demandas dos diversos campos sociais.

Ademais, se, como vimos, é elemento central da democracia a informação e o debate, e se as informações têm na mídia um elemento central para circulação, seleção e circulação, temos uma democracia pautada e formatada pelas mídias, a midiocracia. Ora, se a base ou mesmo essência dos processos democráticos reside no debate pluralista de idéias e no confronto de projetos e valores dos diferentes campos, notamos que as redes midiáticas, com seu poder de selecionar as informações, pautar, conduzir e mediar debates variados em larga escala, têm papel fundamental na construção e afirmação da democracia.

Mostra-se assim a midiocracia, uma nova face do sistema democrático onde a mídia se coloca como elemento central da pauta e agendamento político, outras vezes se coloca na posição de júri e juiz, outras como elemento condutor do debate, mas



sempre na centralidade do processo, ou seja, sendo sempre o principal ator nos processos democráticos.

Referências Bibliográficas

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. In: Col. Os Pensadores Vol. IV. São Paulo, Ed. Abril Cultural, 1973.

_____. **Tratado da Política**. Portugal, Editora Europa-América, 1977.

_____. **A Política**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 1977.

BOBBIO, Norberto. **O Conceito de Sociedade Civil**. Rio de Janeiro, Editora Graal, 1982.

_____. **Estado, Governo, Sociedade, para uma teoria geral da política**. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 1997.

_____. **O poder Simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand, 2000.

BARROS FILHO, Clóvis de. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003

CASTORIADIS, Cornelius. **Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 1982.

_____. **As Encruzilhadas do Labirinto I, II**. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 1987.

DANTAS, Humberto. MARTINS JÚNIOR, José Paulo (orgs). **Introdução a política Brasileira**. São Paulo: Paulus, 2007.

DINIZ, Simone, GOMES, Sandra. **O poder executivo** IN DANTAS, Humberto (org.) introdução à política Brasileira. São Paulo; Paulus, 2007.

DONSBACH, Wolfgang. **Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política**. In: Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. L. Comunicación Política. Madrid, Ed. Universitas, S.A., 1995.

_____. **Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf der Basis des Bundestagswahlkampfes 2002** (Voter Mood in Media Democracy. Analyses Based on the German Bundestag Election 2002). Acessado em <http://www.donsbach.net> [10-2008]

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço Público e Comunicação política**. 1998, Original do autor.

EISENBERG, José; CEPIK, Marco. **Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002,

GERMAN, Christiano [org.]. **Informação e Democracia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro, biblioteca templo universitário, 1984.

KLAPPER, Joseph. **Os efeitos da comunicação coletiva** IN panorama da Comunicação Coletiva, p. 63–73.



LAZARSFELD, Paul. **Os meios de Comunicação coletiva e a influência pessoal**. IN panorama da Comunicação Coletiva, p. 87-96.

LOCKE, John. Segundo **tratado sobre o governo civil – e outros escritos**. Petrópolis: Vozes, 1994

LUHMANN, Niklas. **La realidad de los médios de masas**. Anthropos Editorial: México : Universidad Iberoamericana, 2000

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia Gutenberg**. São Paulo: Nacional/USP, 1979.
_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix: 1964.

MIRANDA, José A. Bragança de. **Política e Modernidade: linguagem e violência na cultura contemporânea**. Lisboa, Edições Colibri, 1997

MONTSQUIEU, Charles de Secondat, Baron de. **Do espírito das leis**. São Paulo: Saraiva, 2000.

PLATÃO. **A república**. São Paulo: Escala educacional, 2006.

POSTER, Mark. **CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere**. http://www.forum-global.de/soc/bibliot/p/cyberdemocracy_poster.htm [02/2003]

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade**. Lisboa, Presença, 1990

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo, Hacker Editores, 2000.
_____. **O Lugar da política na Sociabilidade Contemporânea** IN Lugar Global Lugar Nenhum. PRADO, J. ^a;SAVIK, L. São Paulo: HACKERS, 2001, p.115-140

SARTORI, Giovanni. **Homo Videns: la sociedade teledirigida**. Buenos Aires, Taurus, 1998.
_____. **A política: lógica e método nas ciências sociais**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre, Editora da Universidade:UFRGS, 2000

WEFFORT, Francisco C. **Os clássicos da Política**. São paulo:Ática, 2002.
_____. **Por que Democracia?** São Paulo, Editora Brasiliense, 1984.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet! Y después? Una teoria crítica de los nuevos médios de comunicación** Barcelona, GEDISA Editorial, 2000.