

# Mídia e democracia: as transformações da esfera pública na era da visibilidade midiática

Renato Franke\*  
Márcio Giusti Trevisol\*\*

## Resumo

Este artigo traz um amplo debate a respeito da perspectiva democrática dos meios de comunicação que se referem ao campo da política, da cidadania, da cultura e da ética, entendendo a importância da mídia como promotora do debate social, o que a torna agente democrático de informação e de saber. Este estudo objetiva ir além do entendimento de como ocorre o processo midiático, buscando discutir também as lacunas identificadas nos meios de comunicação.

Palavras-chave: Mídia. Cidadania. Democracia.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho parte do pressuposto que, nos últimos anos, houve um aumento de produções televisivas dedicadas a conferir visibilidade aos acontecimentos da esfera pública. Nossa hipótese é de que os meios de comunicação possuem uma importante relação com a democracia para uma nação. Refere-se aqui à mídia como promotora do debate social. Nessa medida, torna-se importante analisar como os *media* posicionam e referem-se ao campo da política, da cidadania, da cultura e da ética. Para compreender tal argumento, é preciso admitir que, atualmente, grande parte do modo como tomamos conhecimento das decisões políticas relativas ao poder ocorre de forma mediada pelos meios de comunicação.

Diante de tal fenômeno, nosso objetivo é apresentar a proposta metodológica, resultado da pesquisa *Mídia e Cidadania: os processos midiáticos no tocante à democracia*<sup>1</sup>, que busca entender a importância da mídia como instância de debate e promotora de cidadania.

O conceito primordial que irá compor essa análise está no entendimento do termo democracia, na qual buscamos conhecer quais posições as narrativas televisivas constroem para os indivíduos. Em segundo lugar, será discutido como esse debate acontece, seus pontos positivos e negativos para a formação da democracia, por meio da distinção entre público e privado. Essa definição possibilitará o entendimento de como a era da visibilidade transforma de maneira significativa a esfera pública. Por fim, buscar-se-á diferenciar entretenimento de cultura com a interferência da indústria cultural, e, conseqüentemente, como resultado deste trabalho, apontar sugestões para a construção de uma mídia que realmente seja democrática e cidadã.

---

\* Acadêmico do Curso de Comunicação Social; habilitação em Jornalismo pela Universidade do Oeste de Santa Catarina. Desenvolve estudos vinculados aos processos midiáticos: mídia, cidadania e democracia; renatofranke@hotmail.com

\*\* Graduado em Filosofia Plena pelo Centro Universitário Assunção (2002) e especialista em Filosofia pela Universidade de Passo Fundo (2003); mestre em Ética e Filosofia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (2007); atualmente é professor do Curso de Comunicação Social da Universidade do Oeste de Santa Catarina, atuando nas áreas de Filosofia, Estética, Ética e Ciência Política e integra o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Oeste de Santa Catarina e o comitê de Bioética do Hospital Universitário.

## 2 DEMOCRACIA E COMUNICAÇÃO: INTERFACE DA SOCIEDADE MEDIADA

Nessa segunda seção, será feita uma breve análise conceitual de democracia, pois não é possível falar de processos democráticos em relação aos meios de comunicação, sem ter esse entendimento. A democracia e a cidadania, como sabemos, são construções sociais, e, dessa forma, resultado de ações orientadas pelas ideias políticas, e se são construções sociais, é natural que haja participação dos indivíduos, ou seja, do povo.

Essa participação está garantida pela Constituição Federal de 1988, em seu artigo 1º, em que a República Federativa do Brasil constitui-se em um Estado Democrático de Direito, no qual todo o poder emana do povo e é exercido por ele. Mas, essa definição de democracia como regime de lei, é vaga quando pensamos nela de acordo com seu contexto real.

Se buscarmos uma definição da origem do termo democracia, originada do grego (*demo*=povo e *kracia*=governo, poder), ou seja, governo do povo e para o povo, entenderemos que se trata de um sistema em que os indivíduos de uma dada sociedade participam, na construção da esfera pública. Essa participação pode ocorrer por intermédio de eleições, plebiscitos e referendos abertos a todos os cidadãos, em que uma das suas principais funções é proteger direitos humanos fundamentais, como a liberdade de expressão e religião, direito à proteção legal igual e oportunidade de organizar e participar plenamente na vida política, econômica e cultural da sociedade.

De acordo com Herbert de Souza, podemos destacar cinco princípios fundamentais para o exercício da democracia: igualdade, diversidade, solidariedade, liberdade e participação<sup>2</sup> no poder:

- a) Igualdade: os indivíduos de uma dada sociedade sejam fundamentalmente iguais, com igualdade nas relações da vida social, jurídica, política e igualdade de respeito e de dignidade, sujeita a direitos e deveres;
- b) Diversidade: nessa igualdade fundamental das pessoas é preciso respeito aos direitos de todos, quanto às diferenças que singularizam os diversos membros da sociedade;
- c) Participação: Em relação à imposição de direitos e deveres a qual o indivíduo está sujeito, cabe a ele o direito e dever de participar dos acontecimentos, sendo cidadão. Assim, cidadania é o próprio exercício da participação, com direitos fundamentais à participação política, em igualdade de chances e em processos de formação da opinião e da vontade; nos quais os civis exercitam sua autonomia política e, ao mesmo tempo, criam o direito legítimo;
- d) Solidariedade: os indivíduos devem aceitar a relação de igualdade, diversidade, direitos e deveres mediante a reciprocidade;
- e) Liberdade: a liberdade somente existe se os indivíduos realizarem uma participação conjunta, em que haja igualdade entre eles e seus direitos e deveres sejam respeitados.

Partindo desse princípio, a democracia acontece principalmente quando há participação no exercício do poder, em que a mídia faz parte. Assim, é necessário que os meios de comunicação sejam verdadeiramente democráticos. De acordo com Guareschi (2005, 2007), a democracia, na forma de comunicar, somente acontece quando os princípios acima são validados, e, fundamentalmente, o direito de participação. Para o autor, a participação deve ser entendida em três níveis: participação no planejamento, na execução e nos resultados, para decidir quem faz o quê e com quanto cada um fica e como será feito, de forma a construir uma sociedade comum de forma plena.

Segundo Guareschi (2005, 2007), a principal participação é no planejamento, e ela somente é possível por meio da mídia. Contudo, atualmente, no Brasil essa participação ainda não é plena.

No que diz respeito à comunicação, a existência de participação é fundamental. Evidentemente, trata-se da participação em nível de planejamento, da reflexão sobre a construção do projeto de sociedade e de cidade que se quer. É a esse nível que as pessoas são chamadas a dizer a palavra, expressar sua opinião, manifestar seu pensamento. E isso se torna impossível, nos dias de hoje, sem a mídia. Ela representa contemporaneidade, uma instância de discussão

análoga à praça onde os antigos gregos debatiam seus problemas e decidiam sobre o projeto de cidade que queriam. A mídia deve ser porta-voz de todos os grupos organizados da sociedade. (GUARESCHI, 2005, p. 80).

Considerando os argumentos, pode-se perceber que o maior problema da democracia em uma sociedade de classes como a nossa, é fazer valer os seus princípios fundamentais, participação, igualdade e liberdade, perante uma sociedade desigual e que não permite a participação efetiva dos indivíduos, negando a interferência ativa e democrática na construção de um país mais justo e igualitário.

Como conceituada anteriormente, a democracia exige que a lei seja feita pelo povo, que é quem irá cumpri-la e que tal legislação manifeste seus direitos. Assim, nas sociedades de classe, o povo é quem escolhe seus governantes por meio do voto; os escolhidos devem representar toda a sociedade, com a criação das leis e a garantia dos direitos. Além disso, se a representação política acontece por intermédio do povo, logo a exclusão política também depende dele, o qual fará de acordo com sua satisfação ou insatisfação. E como o indivíduo percebe se seu representante está legitimando seus direitos?

Consequentemente, surgem ações e movimentos sociais que buscam interferir diretamente na política sob a forma de pressão e reivindicação, e entre essas formas de interferência se encontra a mídia. Essa forma pode ser vista como participação popular, mesmo que parcial, pois tal participação somente será democrática se o povo puder produzir as próprias leis, regras e regulamentos que dirijam a vida social e política.

Contudo, se analisarmos a trajetória da democracia no Brasil, perceberemos que mesmo não sendo verdadeiramente exercida, nos dias atuais, ela depende em grande parte dos meios de comunicação, pois estes mantêm a sociedade a par dos acontecimentos. A mídia promove discussões acerca dos problemas e dos direitos da nação e oferece visibilidade ao povo quanto às decisões políticas dos governantes, garantindo que o poder político seja exercido com mais transparência e responsabilidade.

Assim, mesmo considerando a grande contribuição da mídia como promotora de debates, informação e opinião, atenta-se para um ponto crucial: como tornar os meios verdadeiramente democráticos? Esse é com certeza um desafio a ser enfrentado, e, como sugere Guareschi (2005), uma das formas seria reeducarmos os indivíduos que consomem esse produto, a mídia, em suas mais variadas formas. "Uma educação deve formar sujeitos da escrita, fala e imagem, e não apenas consumidores passivos. A cidadania acontece quando o ser humano assume a postura de sujeito e não apenas de objeto de informação e de comunicação. (GUARESCHI, 2005, p. 88)."

Outra questão defendida por Guareschi (2005) está relacionada à necessidade da criação de políticas públicas de comunicação, visando a regulamentar meios mediante instrumentos institucionais e políticos.

É necessário construir conceitos regulatórios, que reconheçam a diversidade de valores culturais, étnicos, ideológicos, para que possam ser estabelecidas relações democráticas, plurais, equacionando as questões referentes ao controle e à democratização. (GUARESCHI, 2005, p. 104).

Nessa regulamentação, há a necessidade de repensar as formas de concessões, restringir os monopólios, rever a estética das programações veiculadas e a escolha das pautas, para que a mídia cumpra sua função social como bem público de direito. Dessa forma, pensando que os assuntos discutidos pelos indivíduos na sociedade são pautados pela mídia, Guareschi (2005) questiona acerca da possibilidade de se criar um fórum plural que pensasse em uma pauta nacional com caráter democrático e cultural, a qual seria debatida pelos meios.

Esse fórum seria composto por um grupo de representantes da sociedade civil (universidades, sindicatos, movimentos populares, empresas, igrejas, etc.) que montaria essa pauta nacional. Uma das tarefas dos meios de comunicação seria a pesquisa e discussão desses temas. A mídia é um serviço público e tem como tarefa principal educar e informar. Ela deve ser, então, uma nova ágora onde, a exemplo da praça pública das cidades gregas, os candentes e urgentes problemas nacionais sejam discutidos. (GUARESCHI, 2005, p. 109).

Considerando o conceito de democracia e sua relação com os meios de comunicação, podemos avaliar o quanto nos encontramos longe dela, pois vivemos em uma sociedade em que a mídia ao invés de ser um bem comum, tem donos, há monopólio da informação e o cidadão não é cidadão, pois não faz jus aos seus direitos e deveres de forma plena. É perceptível que os meios de comunicação devam ser realmente transformados em um bem público e de direito humano, o qual realize de forma plena a cidadania e a democracia. Mas para que isso aconteça, deve ocorrer primeiro uma transformação social.

### 3 ANÁLISE DA SOCIEDADE MEDIADA A PARTIR DO CONCEITO DE VISIBILIDADE DE THOMPSON

Desde os debates filosóficos da Grécia Clássica,<sup>3</sup> em que cidadãos se reuniam em praças para discutir assuntos de interesse público e criar uma ordem social de forma democrática, visando ao bem comum, até o desenvolvimento das sociedades modernas, é possível perceber uma ampla transformação na natureza da esfera pública quanto à visibilidade. Partindo desse pressuposto, é importantíssimo entender a transformação na natureza da visibilidade e sua relação com o poder, até o surgimento dos meios de comunicação, principalmente a mídia eletrônica.

Essa abordagem será feita por meio da análise do conceito de visibilidade proposto por Thompson. Para tanto, convém ressaltar que o desenvolvimento tecnológico da mídia, com sua alta capacidade de alcance, estendida por instrumentos, como a internet, o rádio e a televisão, transformou significativamente a área da comunicação e sua relação com o poder, visto que a informação tem seu papel central exercido pelos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas, voltada para o sistema democrático de direito e para a construção de uma sociedade verdadeiramente democrática.

Antes do desenvolvimento da mídia (especialmente a mídia eletrônica, como o rádio e a televisão), quantas pessoas puderam alguma vez ver os indivíduos que detinham posição de poder político? Quando a única forma de interação disponível para a maioria das pessoas era face a face, quantas poderiam alguma vez interagir com os líderes políticos que as governavam, e poderiam restringir suas aparições públicas a grupos relativamente fechados em assembleias ou a reuniões da corte? Mas hoje não é mais possível restringir do mesmo modo a atividade de auto-apresentação. Querendo ou não, os líderes políticos hoje devem estar preparados para adaptar suas atividades a um novo tipo de visibilidade que funciona diversamente em níveis completamente diferentes. (THOMPSON, 1998, p. 109).

Para entender a transformação na natureza da visibilidade e na sua relação com o poder frente ao desenvolvimento da mídia, é preciso antes entender a diferença entre público e privado. Esses termos também passaram a ser usados com sentidos novos, a partir do desenvolvimento das sociedades ocidentais. Thompson destaca dois sentidos importantes. O primeiro surgiu a partir de meados do século XVI, utilizando o termo público para as atividades relacionadas ao estado e que dele derivam. Já o privado se refere à sociedade civil, constituída da esfera de indivíduos privados, organizações e classes reguladas pelo direito civil, e separadas do estado.

O primeiro sentido da dicotomia tem a ver com as relações entre o domínio do poder político institucionalizado, que cada vez mais era exercido por um estado soberano, por um lado, e o domínio da atividade econômica e das relações pessoais que fugiam ao controle direto do poder político por outro lado. (THOMPSON, 1998, p. 109).

O segundo sentido, o público, é o que está aberto, acessível e visível aos indivíduos da sociedade, realizado na frente de espectadores, observado e ouvido por todos. Nesse sentido, privado é o contrário, o que é feito com privacidade, segredo ou, ainda, de forma restrita entre poucas pessoas, ou seja, sinônimo de invisibilidade.

Essa visibilidade de poder lembra a forma de governo da antiga democracia das cidades-estado gregas, em que a publicidade ou visibilidade era mantida como compromisso, e os cidadãos reuniam-se para debater questões, fazer propostas, tomar decisões, dar opinião e serem ouvidos com igualdade. Já nos tradicionais estados monárquicos da Idade Moderna e início da Europa Moderna, o exercício do poder era restrito a círculos fechados da corte, e raramente tornavam-se públicas. Quando isso acontecia, era de maneira seletiva. A publicidade ou visibilidade não se referia ao exercício do poder do rei, mas à sua exaltação em aparições públicas.

Após o desenvolvimento do estado constitucional moderno, o poder passou a ser mais visível, e as decisões debatidas nos parlamentos, mais públicas, concedendo direito aos cidadãos no que se refere à sua liberdade de expressão e de associação.

As formas como um acontecimento era considerado público antes do advento da mídia, ocorria com a concentração de vários indivíduos em um lugar comum, uma espécie de interação face a face, permitindo que os indivíduos presentes pudessem visualizar, ouvir e, em determinadas ocasiões, até interagir no debate que acontecia nesse determinado espaço. A esse tipo de visibilidade, Thompson (1998), chamou de “publicidade tradicional de co-presença” que, para a época, poderia ser considerada uma forma democrática de participação popular, mesmo que de forma parcial, pois esses espetáculos públicos eram acompanhados apenas por uma minoria de indivíduos copresentes.

Antes do desenvolvimento da mídia, a publicidade dos indivíduos ou dos acontecimentos era ligada ao compartilhamento de um lugar comum. Um evento se tornava público quando representado diante de uma pluralidade de indivíduos fisicamente presentes à sua ocorrência. (THOMPSON, 1998, p. 114).

Com o surgimento da mídia, principalmente da mídia eletrônica, além dessa publicidade de copresença, originou-se uma nova forma de publicidade mediada. Os meios de comunicação oferecem formas de estender informações relativas à publicidade de indivíduos, ações e eventos, que antes permaneciam restritas apenas às pessoas presentes nos eventos públicos. Logo, tornar algo público por meio da televisão, com recursos de áudio e vídeo, assemelha-se à publicidade tradicional de copresença citada por Thompson, porém com uma combinação de publicidade e visibilidade, além de outro fator importante, acesso simultâneo por milhões de pessoas ao mesmo tempo.

Outra contribuição importante do campo televisivo é a possibilidade de transmitir imagens em tempo real de acontecimentos distantes, como o pronunciamento do Presidente da República para todo o país. Essa característica era impossível antes do surgimento da TV.

Com o advento da imprensa, contudo, a ligação entre publicidade e sentido de percepção se modificou. Uma ação ou evento poderia agora adquirir um caráter público para outros que não estavam presentes no lugar de sua ocorrência, e que não eram capazes de vê-la ou ouvi-la. (THOMPSON, 1998, p. 116).

Além disso, Thompson (1998) destaca que não se pode ficar atrelado ao modelo de formação da esfera pública meramente dialógica, feito em espaços comuns mediante conversação face a face defendida por Habermas e critica o argumento de Foucault sobre o *Panopticon*, que trata da relação entre poder e visibilidade, sugerindo um modelo generalizável para o exercício do poder nas sociedades modernas.

No entanto, deve-se considerar que a visibilidade é um meio de controle. Contudo, tratando-se dos meios de comunicação, é fácil perceber grande diferença em relação ao modelo do *Panopticon*, pois, ao contrário desse modelo, com a mídia, aqueles que exercem o poder são submetidos agora à visibilidade de uma forma bem maior do que aqueles sobre quem o poder é exercido.

Foucault usa uma imagem incisiva para caracterizar esta nova relação entre o poder e visibilidade: o *Panopticon*. Em 1791 Jeremy Bentham publicou um modelo de

penitenciária ideal, que ele chamou de Panopticon. Bentham concebeu uma construção circular com uma torre de observação no centro. Os muros do edifício eram alinhados em celas, cada uma separada das outras por outros muros. As celas deveriam ter duas janelas: uma para dentro, de frente para a torre de controle, e a outra para fora, permitindo a entrada da luz. Em função desta estrutura arquitetônica singular, um único supervisor na torre de central poderia controlar uma multiplicidade de internos sob contínua vigília. Cada interno, confinado em sua cela, é permanentemente visível; cada ação pode ser vista e monitorada pelo supervisor que permanece invisível. Além disso, como os internos sabem que suas ações são sempre visíveis, mesmo que eles não sejam observados a todo momento, eles sempre se comportarão como se estivessem sendo observados. Eles são submetidos a um estado de permanente visibilidade que garante o funcionamento automático do poder. (THOMPSON, 1998, p. 120).

Essa submissão à visibilidade alterou a forma de como os detentores do poder político procuram zelar por sua visibilidade diante da sociedade, diferente da publicidade das sociedades antigas, em que os governantes estavam acima de todos e de tudo, e a visibilidade exigia copresença, permitindo ao soberano administrar sua visibilidade diante de seus súditos e indivíduos a quem se apresentasse. Além disso, os meios se tornaram fóruns importantes de debate e competição pelo poder entre partidos políticos, uma forma de democracia liberal, a qual permite que os indivíduos, independentemente de sua situação geográfica, possam acessar informações de caráter público.

A publicidade do poder político tornou-se inevitável, e a preocupação com ela essencial aos líderes políticos, sujeitos aos riscos dessa visibilidade mediada, ressaltando que em caso de eleições nacionais os políticos têm pouca opção fora do espaço mediado oferecido pelos meios de comunicação, pois a mídia é o principal canal que os conecta com os eleitores. Assim, surge outro aspecto importante com a vulnerabilidade desses líderes diante da própria visibilidade: um estado menos corrupto e mais democrático, com o exercício do poder de forma mais aberta e responsável em relação à população.

#### **4 CULTURA OU ENTRETENIMENTO?**

Nesta seção, tentou-se trazer para um contexto real como ocorre o processo de construção da visibilidade, a qual se refere à circulação das informações na esfera midiática. Para isso, buscou-se um entendimento do que pode ser considerado entretenimento e o que é visto como conteúdo de utilidade pública, de modo a fazer distinção entre a cultura e o entretenimento. De acordo com Chauí (2006, p. 21):

O entretenimento é uma dimensão da cultura tomada em seu sentido amplo e antropológico, pois é a maneira como uma sociedade inventa seus momentos de distração, diversão, lazer e repouso. No entanto, por isso mesmo, o entretenimento se distingue da cultura quando entendida como trabalho criador e expressivo às obras de pensamento e de arte.

Do ponto de vista da autora, o entretenimento é algo entendido como passatempo, distração ou diversão. Contudo, percebe-se que muitas vezes esse entretenimento é confundido com cultura, quando na verdade existe um distanciamento entre esses termos. Cultura se diferencia de entretenimento por ser produção intelectual, uma forma de interpretar, criticar, transcender e transformar, por meio de pensamentos e obras de arte, as experiências do mundo, além de ser direito do cidadão, o acesso ao patrimônio cultural, praticar cultura e participar das decisões políticas referentes à ela.

É possível perceber que os meios de comunicação usam o entretenimento como cultura de massa por

meio da indústria cultural.<sup>4</sup> Segundo Horkleiner e Adorno, a indústria cultural visa ao lucro, e, dessa forma, suas produções são pensadas para consumo das massas; não surgem espontaneamente das massas, deixando-as em segundo plano, o que causa atrofia na capacidade do indivíduo de pensar e agir de forma crítica e autônoma. Assim, essas produções ao objetivar lucro, tornam-se vazias de conteúdo artístico. Com a mercantilização da indústria cultural, a arte do século XVIII, que antes tinha certa autonomia desligando-a da realidade, rende-se à lógica da produção de mercadorias, perde seu caráter estético e torna-se apenas um bem de consumo (THOMPSON, 1995, p. 132).

Para os autores supracitados, o desenvolvimento da indústria cultural e esse consumismo incorporaram o indivíduo a uma sociedade racionalizada e reificada, extinguindo seu caráter revolucionário e tornando-se alvo fácil de manipulação por ditadores e demagogos. Por fim, o indivíduo como vítima desse processo faz Horkleiner e Adorno desacreditarem que possam reemergir como elementos de uma forma de vida mais humana e democrática.

Essa mercantilização por parte da mídia em relação à cultura pode ser comparada ao que Chauí considera simulacro.

A chamada cultura de massa se apropria das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulificá-las em simulacros. Justamente porque o espetáculo se torna simulacro e o simulacro se põe com entretenimento, os meios de comunicação de massa transformam tudo em entretenimento (guerras, genocídios, greves, festas, cerimônias religiosas, tragédias, políticas, catástrofes naturais e das cidades, obras de arte, obras de pensamento). Visto que a destruição dos fatos, acontecimentos e obras segue a lógica do consumo, da futilidade, da banalização e do simulacro, não espanta que tudo se reduza, ao fim e ao cabo, a uma questão pessoal de preferência, gosto, predileção, aversão, sentimentos. É isto o mercado cultural. (CHAUÍ, 2006, p. 22).

Nesse referencial teórico acerca do que é entretenimento, julgamos que o conteúdo de “utilidade pública”, como os próprios termos já dizem, está relacionado ao que é interessante para a sociedade, nação, que auxilia no processo de absorção do saber e constrói a verdadeira democracia, o que é útil e necessário ao cidadão. Dessa forma, entende-se que utilidade pública é aquilo que contribui para o esclarecimento da sociedade acerca dos acontecimentos políticos e éticos, que promovam a cidadania e o acesso aos direitos, como saúde, educação, cultura e liberdade de expressão.

Por meio desse entendimento, busca-se compreender como as pessoas constroem uma imagem dos fatos com base nas ações que se tornam visíveis, principalmente mediante a mídia. Nesse sentido, sabendo que o indivíduo está sempre formando conhecimento e que esse conhecimento passa por constantes transformações, de acordo com as informações adquiridas por ele, a passagem pela mídia torna-se obrigatória para essa construção, visto que ela se constitui como espaço público central da contemporaneidade, ou seja, um cenário em que indivíduos de várias esferas sociais disputam o apoio da opinião pública no mundo pós-moderno.

A partir disso, pode-se identificar a importância da mídia na construção da opinião pública, e se ela é formadora de opinião, isso acontece no espaço simbólico da mídia, pois a visibilidade por esta promovida pode contribuir não apenas como simples informação, mas como fonte de saber, tornando visíveis assuntos relevantes para a sociedade em geral.

Como discutido na seção 3, essa visibilidade ou publicidade mediada hoje, é considerada por Thompson como o “espaço do visível”<sup>5</sup>, e como esse espaço não permite que os indivíduos receptores dialoguem diretamente com os produtores, torna-se um espaço de mediação não dialógica em que visibilidade não pode ser totalmente controlada. Embora possamos identificar a importância desses espaços mediados como agentes de informação e saber, por outro lado, se analisarmos o conteúdo midiático produzido, é preocupante devido à quantidade de entretenimento exposto nesse espaço.

Contudo, mesmo em meio a esse cenário, deve-se considerar, ainda que de forma limitada, que é por intermédio dos meios de comunicação que os indivíduos são informados dos acontecimentos; então, os meios

podem ser considerados parcialmente democráticos. Todavia, pressupõe-se a necessidade de reenquadrar a discussão acerca dos meios de comunicação em torno do conceito comunicação, como direito do indivíduo.

## 5 CONCLUSÃO

É evidente que os meios de comunicação têm seu papel fundamental de articular o debate para a construção do processo democrático da sociedade. Esse processo ainda é limitado, quando deveria ser feito com transparência e fidedignidade das informações veiculadas, tanto como meio de informação quanto de expressão.

As reflexões levantadas demonstram o lugar que a mídia tem ocupado no espaço público e a relevância dessas discussões na contemporaneidade. Com isso, esse espaço adquire novas configurações com o desenvolvimento da mídia, que sugerem a elaboração de novas metodologias e formas de análise. Nessa perspectiva, entende-se que os meios contribuíram, como aparatos que podem ser considerados canais que ligam a sociedade, gerando o que Thompson chamou de "interação mediada"; e o debate público, agindo como constituinte da esfera pública contemporânea. Dessa forma, a mídia apresenta-se como esfera de visibilidade, na qual os demais campos sociais se refletem e buscam legitimar-se.

Contudo, percebe-se a necessidade de repensar os moldes dos meios de comunicação, manifestando as divergências mais salientes encontradas, e se democracia é aquilo que descrevemos na segunda seção, ainda estamos longe de ter uma mídia verdadeiramente democrática. Isso porque ainda são muitos os obstáculos para consolidá-la, pois a comunicação como direito abre um leque de possibilidades quanto à garantia dos direitos do indivíduo como cidadão.

### Notas explicativas

<sup>1</sup> Projeto de pesquisa desenvolvido com base na análise do conteúdo de quatro edições do programa Fantástico, exibidas pela Rede Globo durante o mês de julho de 2009.

<sup>2</sup> Herbert de Souza utilizou esses princípios para definir o conceito de democracia em seu discurso na Organização das Nações Unidas, em preparação à Conferência de Cúpula para o Desenvolvimento Social, realizada em Copenhague, em 1994.

<sup>3</sup> Refere-se ao debate público nas praças da Grécia Antiga, que discutia e decidia sobre a vida da polis.

<sup>4</sup> Desenvolvida por Horkleiner e Adorno, a crítica da Indústria Cultural destaca o que esses autores chamaram de indústria cultural, que segundo eles foi "[...] um processo que resultou na crescente mercantilização das formas culturais." (THOMPSON, 1995, p. 130).

<sup>5</sup> Refere-se a um espaço diferente de um lugar físico como praças públicas, não dialógico e aberto, no qual as formas simbólicas mediadas são produzidas pelo emissor (produtor), enviadas pelo canal (mídia) e recebidas por uma quantidade significativa de indivíduos (receptores) não presentes (THOMPSON, 1995, p. 113).

## REFERÊNCIAS

CHAUÍ, Marilena Sousa. **Cultura e democracia**: o discurso competente e outras falas. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

\_\_\_\_\_. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia & Democracia**. Porto Alegre: P.G/O.B, 2005.

\_\_\_\_\_. **Ética, filosofia e mídia**. Passo Fundo: UPF, 2007.

HABERMAS; Jürgen. **A inclusão do outro**: estudos de teoria política. São Paulo: Loyola, 2002.

\_\_\_\_\_. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e Cultura Moderna**: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

