



Midiocracia: a proposição de um conceito

*César Steffen**

Resumo

Neste artigo apresentamos a base da construção do nosso conceito de midiocracia. Partindo do conceito filosófico de democracia, e passando por conceitos como campos sociais e midiaticização, bem como uma breve revisão da relação da comunicação política com os estudos em comunicação, chegaremos ao argumento que a mídia é condição chave para a construção e manutenção das democracias contemporâneas em todos seus aspectos e fenômenos, de onde surge a midiocracia.

Palavras-Chave: Midiocracia, comunicação, política, democracia.

Mediocracia: La proposición de un concepto

Resumen

Este artículo presenta la construcción básica de nuestro concepto de la mediocracia. A partir del concepto filosófico de la democracia, y por medio de conceptos tales como los ámbitos sociales y la cobertura de los medios de comunicación, así como una revisión de la relación de la comunicación política con los estudios en comunicación, se llega a la conclusión de que los medios de comunicación son la clave para condicionar la construcción y mantenimiento de las democracias contemporáneas en todos sus aspectos y fenómenos. Este es el origen de la mediocracia.

Palabras Clave: Mediocracia, comunicación, política, democracia.

Recibido: Septiembre 2010 • Aceptado: Abril 2011

* Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande Do Sul, Brasil. E-mail: cesarsteffen@gmail.com

Mediocracy: Proposal for a Concept

Abstract

This article presents the basic construction of the concept of mediocracy. Starting from the philosophical concept of democracy and passing through concepts such as social environments and mass media coverage, as well as a review of the relationship that political communication has with communication studies, the conclusion is that mass media are the key to conditioning the construction and maintenance of contemporary democracies in all their aspects and phenomena. This is the origin of mediocracy.

Key words: Mediocracy, communication, politics, democracy.

1. Introdução

Na contemporaneidade, a mídia assume mais e mais, se não primordialmente, o papel de negociadora e mediadora dos processos sociais nas democracias modernas. Os espaços da mídia instalam e promovem um processo de integração entre atores e campos sociais distantes, levando, expondo e até mesmo negociando demandas.

A sociedade passa a dividir uma relação temporalmente homogeneizada pelos conteúdos, processos e agendamentos midiáticos, mas fragmentada, na medida em que não conta com unidade de espaço ou local entre as pessoas que travam contato com estes conteúdos.

A mídia se mostra como espaço de identificação, aglutinamento e circulação dos processos sociais. Esta mediação midiaticizada, citada por vários autores, resignifica e tensiona todos os processos, especialmente o fazer político partidário, que passa a depender das redes e linguagens midiáticas como interface para ser reconhecido e efetuar suas operações junto à sociedade, ao ponto de um bom desempenho midiático ser fator determinante da escolha de um candidato.

Mas isso não se dá somente no tocante às eleições. Trata-se, sim, de um fenômeno permanente, diário, onde os políticos aliam-se à mídia como forma necessária e efetiva de circular seus processos e fazeres junto à sociedade, apropriando-se de suas linguagens e tecnologias para circular e gerar efeitos junto à sociedade.

Assim, o campo político mostra-se cada vez mais dependente de um lugar do qual não é nativo, natural de seus fazeres, mas que cada vez mais influencia 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.

Por isso, 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, neste trabalho, defenderemos a idéia que a mídia, suas estratégias e linguagens se mostram como elementos fundadores, e traz um novo desenho às democracias contemporâneas, a midiocracia. Objetivamos, assim, propor a construção desse conceito pelo viés da comunicação, problematizando o impacto das mídias nas democracias contemporâneas.

2. Pela precisão do conceito

Recordemos, para começar a construir a nossa proposta, que 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. Este princípio fundamenta, 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 às decisões, que se fundamenta sobre três princípios principais.

Primeiramente, lembremos 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 à 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 dos presentes.

Em segundo lugar, a democracia se caracteriza 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 pressupõe equilíbrio, ser desrespeitado. Finalmente, na democracia existe um princípio inimputável 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 iguais pesos nas escolhas.

Assim, a democracia se fundamenta e se opera pelos princípios de liberdade e igualdade entre todos os cidadãos. Entretanto, como o próprio Aristóteles reconhecia, estes princípios não significavam necessariamente o melhor governo, na medida em que era necessário aos cidadãos, para tomarem as melhores decisões, aquelas que se dedicavam a prover o bem universal, a felicidade e a união entre todos, se dedicarem à 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 imprudentes. Vemos, então, que para Aristóteles, as idéias de equilíbrio e de justiça eram essenciais para um bom governo que fosse bom para todos, independente do fato de viver numa sociedade em que a maioria das pessoas não eram consideradas cidadãos e, por isso, não tinham acesso às decisões.

Isso começa a ganhar novos desenhos a partir da Revolução Francesa e da independência norte-americana, quando 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 em igualdade, previa que todos deveriam ser considerados sempre e naturalmente iguais. Logo, sendo todos, sem exceção, iguais e livres, devem todos, ter direito e acesso ao poder e às decisões, estando aí a característica das democracias contemporâneas.

O estado, que antes era parte integrante dos cidadãos, e estes dele, numa democracia direta, passou a ser encarado como elemento separa-

do, composto de um corpo administrativo burocrático a quem cabe exercer as atividades de cunho político-administrativos 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. (Rosenfield, 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 processos que serão tomados por este estado, retornando à 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 de 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. O poder passa a ser não mais um poder de fato, mas o poder de delegar 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 de 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 fundamenta 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.

3. A comunicação e a democracia, nossa fundamentação

Muitas são as pesquisas e linhas teóricas da comunicação que observam uma forte relação e influência das mídias nos sistemas e processos políticos e eleitorais, logo, sobre a democracia. As pesquisas sobre os pro-

cessos 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. 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, 2002).

Estes vários autores e pesquisadores, em um dos primeiros grandes movimentos de pesquisa do campo, concluem que a comunicação gerava efeitos, mas que os conteúdos sofriam influência do círculo 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.

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.

Por mais que as diversas pesquisas divirjam em vários pontos, coincidem na medida em que notam, e de certa forma comprovam, que a comunicação social opera 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 sociais¹ (Bourdieu, 2000) 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 midiatização.

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

1 Para esclarecer, lembramos que Bourdieu afirma que a sociedade moderna é constituída de uma grande diversidade de campos, de várias dimensões, que se caracterizam e se organizam em torno de uma especialidade, uma identidade e uma temporalidade. Os campos sociais sustentam sua existência a partir de atores que desenvolvem no seu interior capacidades, competências, ideologias e valores, e compartilham elementos identitários, processuais, estratégicos e mesmo ideológicos comuns que se manifestam nos processos e “regras” discursivas mobilizadas, que permitem o reconhecimento de um campo.

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.

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. Ela 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 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 fenô-

meno 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.

4. A midiatização, elemento fundador da midiocracia

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 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, 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.

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

Logo, quando nos referimos à midiatização 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 midiatizam 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.

Este processo de midiatização coloca a mídia como importante, para não dizer principal, ator 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 midiáticação 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. Basta lembrar da censura normalmente – se não sempre – imposta e praticada por regimes autoritários que podemos observar a importância da mídia para a democracia moderna.

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 midiáticação 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 já citamos, vemos que as democracias contemporâneas acontecem por e através das redes midiáticas, devido à 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 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 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.

A mídia se mostra 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 importantes fator de mobilização de discursos e processos nos plenários², 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.

2 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>)

Isso reforça nossa visão que 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.

5. Política e internet: um exemplo de midiatização (e midiocracia)

Isso se reflete em todos os aspectos e meios de comunicação, e o surgimento de um novo meio, a *Internet*, reforça esta visão e traz um novo desenho e elemento a este processo no momento em que os atores e integrantes do campo político passam a usar da rede para seus fazeres e estratégias (Steffen, 2004).

Entretanto também lembramos que a *Internet* nasceu no ambiente militar para suprir as necessidades de comunicação no caso de uma guerra em larga escala, e ao ser apropriada primeiramente pelo meio acadêmico-científico e, posteriormente, pelos mais diversos atores e campos sociais, ganha status e reconhecimento como meio de comunicação.

Esta apropriação faz a rede ganhar recursos e ferramentas, evoluindo técnica e lingüisticamente, formando um mercado discursivo em suas redes técnicas e possibilitando o acesso plural a mensagens inseridas pelos mais diversos campos. Assim, a *Internet* configura-se como um meio de comunicação e integra-se ao campo midiático, passando a ser elemento de conflito e re-posicionamento dos *players* de mídia, empresas de comunicação e de diversos e diferenciados campos sociais, que usam seus recursos e tecnologias como parte de suas estratégias comunicacionais.

A *Internet* cresce, ganha adeptos, usuários, estudos acadêmicos e mercadológicos, espaço nas diversas mídias e torna-se uma nova instância dos processos de midiatização, onde diversos e diferenciados espaços e recursos se formam e influem na esfera pública contemporânea. Por isso a *Internet* provoca e mesmo traz o anseio por estudos dos processos de comunicação que ocorrem sobre suas tecnologia. Assim, a partir do campo político, seus usos, fazeres e manifestações no meio, buscamos compreender o seu papel e valor como elemento dos processos de comunicação política, onde o processo eleitoral surge como a oportuni-

dade de obter um recorte temporal, histórico, com um cenário bem definido para observação e análise.

Nestes espaços as demandas dos diversos usuários e campos se encontram, se mostram e se somam, articulando seus processos de interação e negociação. Cada campo, ator e instituição tem a possibilidade de construir e disponibilizar espaços de comunicação a partir de suas agendas, processos e intenções, que se tornam assim determinantes da formação e inserção de conteúdos, recursos e discursos.

O campo político não foge a este processo, e já em 1997 os partidos brasileiros passaram a usar a rede em suas estratégias de comunicação. Devemos ressaltar, aqui, que não ignoramos a possibilidade de ter havido uso da internet como meio de comunicação política antes de 1997, mas desconhecemos experiências e relatos formais. Em 1998, ano da primeira eleição após o surgimento da *Internet* comercial no Brasil, o meio esteve presente nas campanhas eleitorais Brasileiras, com os candidatos utilizando os seus recursos como parte integrante de suas estratégias.

Para fins de ilustração cumpre citar que o então candidato a re-eleição, Fernando Henrique Cardoso disponibilizou um *website* com as mais variadas informações e conteúdos, e seu principal adversário, Luís Inácio Lula da Silva, utilizou o *website* do seu partido para divulgar informações e atacar a administração e as propostas de FHC. Na corrida Presidencial Brasileira de 2002 o uso da *Internet*, especialmente dos *websites*, como meio estratégico de comunicação político-eleitoral ganhou nova dimensão, pois todos os candidatos, instituições e atores do campo político disponibilizaram estes espaços buscando cumprir suas agendas, intenções e estratégias frente ao processo, colocando este meio na linha de frente das estratégias político-eleitorais.

Isso se renova e ampliar com o passar da eleição, com políticos e partidos investindo no meio como forma de travar contato direto com a população, apresentar seus projetos, propostas, criando canais de contato direto sem passar pelo filtro dos jornais, revistas e demais meios de comunicação.

6. Midiocracia, nossa proposta

Assim, os diversos e variados espaços midiáticos configuram-se então como o lócus onde são divididas, debatidas, tensionadas e até mes-

mo resolvidas as diversas demandas, fazendo circular discursos e processos do campo político, agendando, verificando ou aprofundando as questões em pauta e sendo elemento indispensável à democracia, ao fazer político e aos processos eleitorais contemporâneos.

Seguindo esta trilha encontramos Donsbach (1995), que fala em midiocracia, a democracia pautada e formatada pelas mídias. Segundo o autor, a midiocracia se articularia 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 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 à 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-lingüísticas 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 de 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.

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 sua amplitude e diferentes características, indispensável para os fazeres e estratégias dos diversos campos sociais.

Com isso, pretendemos argumentar que as condições antes citadas, acesso aos meios, linguagens, 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.

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 agendamen-

to 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.

Referencias

- Bourdieu, Pierre (2000). **O poder Simbólico**, Rio de Janeiro, Bertrand.
- Donsbach, Wolfgang (1995). “Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política”. En Munõz-Alonso, A. y Rospir, J. L. **Comunicación Política**, (pp. 41-67), Madrid, Ed. Universitas, S.A.
- Locke, John (1994). **Segundo tratado sobre o governo civil e outros escritos**, Petrópolis, Vozes.
- Rosenfield, Denis L (1989). **O Que é Democracia?**, São Paulo, Editora Brasiliense.
- Steffen, César (2004). **Espaços Digitais e visibilidades política**: a internet na campanha presidencial de 2002. Dissertação de mestrado apresentado ao programa de pós-graduação em comunicação da UNISINOS.
- Weffort, Francisco C. (1984) **Por que Democracia?**, São Paulo, editora Brasiliense.
- Wolf, Mauro (2002). **Teorias da comunicação**, Lisboa, Presença.