

# BREVE ANÁLISE DOS *MEDIA* À LUZ DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO E A QUESTÃO DEMOCRÁTICA

*Vinícius Ferreira Laner*<sup>1</sup>  
*João Pedro Schmidt*<sup>2</sup>

## Resumo

O artigo apresenta uma análise do papel dos meios de comunicação de massa no Brasil, seus efeitos políticos, sociais, econômicos e culturais no processo de desenvolvimento nacional. A presença dos meios de comunicação no país é analisada a partir do conceito de indústria cultural, cujo pressuposto central é o de que a mídia move-se fundamentalmente pela lógica do mercado capitalista. De um modo geral, a mídia nacional representa uma força antidemocrática e contrária aos interesses de um desenvolvimento eqüitativo e equilibrado.

Palavras-chave: meios de comunicação de massa, indústria cultural, desenvolvimento, democracia.

## Abstract

This paper presents an analysis of the media's role in Brazil, its political, social, economic and cultural effects on the nations development. The presence of media in the country is analyzed from the position of it being a cultural industry, and the main assumption is that media is fundamentally motivated by capitalism. In general, the national media represents an anti-democratic power and it is against the interests of an equalitarian and balanced development of society.

<sup>1</sup> Jornalista, Advogado, Mestre em Desenvolvimento Regional, com área de concentração em Desenvolvimento Político-Institucional, Professor do Curso de Direito e do Centro de Educação Profissional da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC).

<sup>2</sup> Filósofo, Doutor em Ciência Política (UFRGS), Professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (Mestrado e Doutorado) e do Departamento de Ciências Humanas da UNISC; orientador.

Keywords: media's, cultural industry, development, democratic.

## INTRODUÇÃO

Em tempos de globalização, na chamada “era da informação”, os debates acadêmicos em fóruns, seminários, cursos, palestras e inúmeras publicações científicas sobre o papel desempenhado pela Comunicação Social e suas relações com o processo de desenvolvimento, revelam que a comunidade científica está empenhada na elaboração e amadurecimento de novos conceitos e paradigmas que possam trazer novas diretrizes para o entendimento e direção dos rumos da sociedade.

As principais preocupações referem-se às desigualdades sociais, à concentração de renda, propriedade e poder, ao aumento dos índices de pobreza e à degradação ambiental, em consequência do tipo de desenvolvimento vigente. Os direitos sociais e políticos inerentes à cidadania ficam esquecidos, constituindo-se em letra morta nos textos constitucionais de praticamente todos os países subdesenvolvidos.

O Brasil não foge a essa regra. Nossa realidade atual contempla uma gama de problemas sociais que necessitam medidas urgentes. Eles requerem políticas públicas que apontem para soluções efetivas a curto prazo, a fim de evitar uma instabilização da própria democracia.

Entre os muitos problemas do país, apresentamos um que nos parece fundamental: o dos meios de comunicação, que formam a gigantesca *indústria cultural* brasileira. Regida única e exclusivamente pela lógica do mercado capitalista, a comunicação é moldada pelos interesses da maximização do lucro, acumulação de capital e incentivo ao consumismo, sendo a informação tratada como mera mercadoria.

O *processo comunicacional* revela inúmeras contradições. Uma delas é que a mídia apresenta, diariamente, diversos problemas sociais vividos pelos cidadãos, com denúncias e dados alarmantes. No entanto, não revela que ela, por si mesma, representa um grave problema à nação e à democracia. Essa grande indústria está nas mãos de reduzido grupo de famílias que concentram a propriedade dos vários segmentos midiáticos. De maneira geral, a mídia nacional, como está posta, representa uma força anti-democrática e anti-cidadã.

## DESENVOLVIMENTO E DEMOCRACIA

Na concepção democrática, o povo é o meio e o fim do desenvolvimento. Mas, no seu interior há diferenças de poder e recursos financeiros. No processo decisório, quase todas as prioridades oficiais e as metas políticas são definidas pelas elites dominantes. Nas sociedades de capitalismo tardio, como Brasil e América Latina, esse quadro é

particularmente agudo, com imensas desigualdades sociais e econômicas que podem ser verificadas na concentração da renda e propriedade, aumento dos índices de pobreza e degradação ambiental.

Segundo o *Relatório do Desenvolvimento Mundial de 1999*<sup>3</sup>, apenas 19% da população mundial respondem por 86% do produto mundial e do consumo. Os países mais industrializados detêm 74% das linhas telefônicas, 58% da energia produzida e 93% dos usuários da Internet. Enquanto isso, os 20% mais pobres da população do planeta detêm 1% do produto mundial, 1% das exportações, 1% do investimento direto e 1,5% das linhas telefônicas.

Ao mesmo tempo, acelera-se a concentração do conhecimento e acentua-se o processo de concentração de renda. As três pessoas mais ricas do mundo juntas detêm ativos superiores ao produto interno bruto dos 48 países mais pobres, onde vivem 600 milhões de pessoas. Em 1993, apenas 10 países respondiam por 84% dos gastos em pesquisas científicas, além de deter a grande maioria das patentes, tudo isso na chamada “era do conhecimento e da informação”.

Apresentamos essas considerações no início do presente trabalho, pois pretendemos analisar a problemática dos meios de comunicação no Brasil à luz dos conceitos de desenvolvimento e democracia. Para desenvolver a nossa argumentação de que a concentração da propriedade dos meios de comunicação social no país constituiu-se em grave entrave para o processo de desenvolvimento com sentido democrático, é preciso explicitar o que entendemos por desenvolvimento e por democracia.

A idéia de que o desenvolvimento de uma nação está baseado no crescimento econômico, medido pelo índice do Produto Interno Bruto (PIB), é completamente ultrapassada e errônea. Por várias décadas o principal objetivo dos governos era o desenvolvimento econômico a qualquer preço, que produziu exclusão social e degradação ambiental. O novo paradigma que está em construção hoje concebe o desenvolvimento integrando as dimensões econômica, social, ambiental e política. O objetivo afirmado é o da busca da redução das desigualdades sociais, preservando o meio ambiente e, ao mesmo tempo, garantindo a justiça social.

Neste sentido, importante reflexão faz Amartya Sen, na obra *Desenvolvimento como Liberdade*, que entende o desenvolvimento como processo de expansão de liberdades reais que as pessoas desfrutam, ao invés da concepção tradicional, restritiva ao aumento de rendas pessoais, industrialização, avanço tecnológico ou modernização social.

<sup>3</sup> BANCO MUNDIAL. *Relatório do desenvolvimento mundial – 1999*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2000.

Nesta abordagem, a expansão das liberdades é considerada *o fim primordial e o principal meio do desenvolvimento*. Podemos chamá-los, respectivamente, o papel constitutivo e o papel instrumental da liberdade no desenvolvimento. O papel constitutivo relaciona-se à importância da liberdade substantiva no enriquecimento da vida humana. As liberdades substanciais incluem capacidades elementares como por exemplo ter condições de evitar provações de fome, a subnutrição, a morbidez evitável e a morte prematura, bem como as liberdades associadas a saber ler e fazer cálculos aritméticos, ter participação política e liberdade de expressão etc. Nessa perspectiva constitutiva, o desenvolvimento envolve a expansão dessas e de outras liberdades básicas: é o processo de expansão das liberdades humanas, e sua avaliação tem de basear-se nessa consideração.<sup>4</sup>

O autor entende que a perspectiva destas liberdades esteja colocada como ponto central do processo de desenvolvimento. “Os papéis instrumentais da liberdade incluem vários componentes distintos, porém inter-relacionados, como facilidades econômicas, liberdades políticas, oportunidades sociais, entre outras.”<sup>5</sup>

Para entendermos o processo de desenvolvimento contemporâneo sob esta ótica temos como balizadores a questão da democracia e a da cidadania. É necessário pensar alternativas para as formas de democracia que estão postas. A democracia deve ser um mecanismo de expansão da cidadania. “Desenvolver e fortalecer um sistema democrático é um componente essencial do processo de desenvolvimento”.<sup>6</sup>

A democracia é a maneira mais produtiva e eficiente que há para organizar a sociedade contemplando a maioria dos cidadãos. Nas palavras de Alain Touraine, “a democracia só é vigorosa na medida em que é alimentada por um desejo de libertação de forma permanente”.<sup>8</sup> O cidadão deve ser sujeito livre para construir os espaços democráticos. Não deve contentar-se com garantias jurídicas ou constitucionais, pois muitas vezes estas estão maculadas por interesses não legítimos, que contemplam a aspiração popular. Neste sentido, o cidadão irá ocupar espaços, mudando o regime democrático que irá dentro do seu conceito.

Como democracia não é um conceito unívoco, cabe explicar o que entendemos por democracia. A democracia se originou das lutas contra o absolutismo, principalmente

<sup>4</sup> SEN, A. *O desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000, p.52.

<sup>5</sup> SEN, A., op. cit, p.71.

<sup>6</sup> A cidadania está aqui colocada num sentido mais amplo do que o da titularidade de direitos políticos. Qualifica os participantes da vida do Estado, o reconhecimento dos indivíduos como pessoa integrada na sociedade estatal. Significa aí, também, que o funcionamento do Estado estará submetido à vontade popular. (SILVA, J. A. da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*, 9. ed., São Paulo: Malheiros, 1992, p. 96).

<sup>7</sup> SEN, A. op. cit, p.185.

<sup>8</sup> TOURAINE, A. *O que é democracia*. Petrópolis: Vozes, 1996, p. 23.

através da afirmação dos direitos naturais da pessoa humana, por isso a grande influência de jusnaturalistas racionalistas como Locke e Rousseau.<sup>9</sup>

Um dos pressupostos da democracia é o sufrágio universal, ou seja, o direito de todos os cidadãos - independente da sua classe social, sexo, cor ou outros atributos - escolherem livremente seus governantes. Esta é uma premissa básica que define em primeira instância ser um país ou não democrático. No mundo moderno, devido à impossibilidade material da participação de todos os cidadãos em todas as decisões a eles pertinentes, a democracia se efetiva como regime através da forma representativa: nas eleições o povo escolhe quem vai representar seus interesses nos poderes Executivo e Legislativo.

A democracia não pode ser resumida ao comparecimento às urnas. Rejeitamos a visão que considera o instrumento do voto como conquista suficiente para que exista um Estado Democrático. A democracia envolve princípios como igualdade, participação, pluralidade, que dizem respeito a toda a vida em sociedade em diferentes dimensões. Como diz Norberto Bobbio:

Mesmo para uma definição mínima de democracia, como é a que aceito, não bastam nem a atribuição a um elevado número de cidadãos do direito de participar direta ou indiretamente da tomada de decisões coletivas, nem a existência de regras de procedimento como na maioria. É indispensável uma terceira condição: é preciso que aqueles que são chamados a decidir ou a eleger os que deverão decidir sejam colocados diante de alternativas reais e postos em condição de poder escolher entre uma e outra. Para que se realize esta condição é necessário que aos chamados a decidir sejam garantidos os assim denominados direitos de liberdade, de opinião, de expressão, de reunião, de associação, etc. — os direitos à base dos quais nasceu o Estado Liberal e foi construída a doutrina do Estado. (...) Isto é, o Estado que não apenas exerce o poder *sub lege*, mas o exerce dentro de limites derivados do reconhecimento constitucional dos direitos invioláveis do indivíduo.<sup>10</sup>

Estender a todos os habitantes o direito de participar das eleições não é suficiente, para a democracia. O regime deve, antes de tudo, primar por condições reais de escolha, prevendo outros direitos fundamentais para a cidadania do indivíduo. Apesar de ser uma

<sup>9</sup> Devemos salientar, aqui, três grandes movimentos político-sociais que transpuseram do plano teórico para o prático os princípios que iriam conduzir ao Estado Democrático, dentre outros: a Revolução Inglesa, a Revolução Americana e a Revolução Francesa (Cf. BONAVIDES, P. *Ciência Política*. São Paulo: Malheiros, 1999).

<sup>10</sup> BOBBIO, N. *O futuro da democracia — uma defesa das regras do jogo*. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986, p.20.

das grandes conquistas operárias do século XIX, o direito de voto pode tornar-se apenas ritual, permanecendo inalterada a estrutura política e social se não vier acompanhado de outras formas.

Se no passado o voto era restrito a uma pequena parcela de cidadãos com base em critérios como renda e sexo, hoje a participação e o acesso ao jogo político usa critérios semelhantes. A condução dos assuntos de interesse continua, em diversas situações, restrita a uma elite de poder político e econômico, apesar do voto.

A democracia deve garantir a todos, em suas condições de vida, a participação igualitária nas questões que lhe dizem respeito e o acesso real ao jogo político. O seu grande objetivo está em estender os mesmos direitos e deveres a todos, sem distinção, apesar das suas diferenciações.

Bobbio também lembra que o pluralismo permite apreender uma característica fundamental da democracia dos modernos em comparação com a dos antigos, que é liberdade/liceidade do dissenso. Tal característica, se mantida dentro de certos limites, é fator de construção da sociedade e vai plenamente ao encontro dos princípios democráticos. "Pode-se muito bem encontrar uma sociedade pluralista não democrática e uma sociedade democrática não pluralista".<sup>11</sup>

Enfim, o termo democracia reporta a um sistema político fundado nos princípios da liberdade e da igualdade de todos os homens, com o propósito de garantir que a condução da vida social se realize na conformidade de decisões afinadas com tais valores, tomadas pelo conjunto de seus membros, diretamente ou através de representantes seus, livremente eleitos pelos cidadãos, os quais são havidos como os titulares da soberania. O Estado Democrático estrutura-se em instituições políticas, em cujo funcionamento devem se expressar os princípios acima elencados.<sup>12</sup>

Na democracia representativa moderna as deliberações coletivas que dizem respeito a toda a coletividade são tomadas não diretamente por aqueles que dela fazem parte, mas por pessoas eleitas para esta finalidade. As eleições se dão de forma institucional. A idéia de representação envolve um elemento de delegação. A coletividade autoriza alguém para agir por ela e aceita o que o representante decidir invocando sua condição de representante, pois foi eleito sob um procedimento institucional e assim possui legitimidade.

No entanto, na atual conjuntura social dos países subdesenvolvidos, a democracia pode ser considerada uma "pseudo-democracia". Há obediência formal ao princípio da soberania, com eleições diretas dos representantes, em homenagem pelo menos aparente

<sup>11</sup> BOBBIO, 1986, p. 58.

<sup>12</sup> Instituições políticas sistemas normativos, que implicam na padronização de procedimentos e comportamentos vinculados diretamente ao sistema político. No regime democrático-representativo, as principais instituições políticas são os governos e seus organismos (forças de segurança), os parlamentos, o poder judiciário e os partidos políticos. "(...) instituições, normas e leis são indutoras de comportamento, mas não asseguram total conformidade ao que nelas está prescrito" (LIMA Jr., OLAVO B. *Instituições políticas democráticas: o segredo da legitimidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997, p.126).

ao mandamento de que todo o poder emana do povo. Todavia, o exercício do poder pelo povo, através da participação popular, não foi implementado. Pelo que se vê diariamente, não há relação direta entre os programas e práticas governamentais e a expressão da vontade popular que os legitima.

Assim, muitos cientistas políticos e pesquisadores afirmam que vivemos em uma democracia meramente formal. Como leciona Celso Antônio Bandeira de Mello:

Estados apenas *formalmente democráticos* são os que, inobstante acolham nominalmente em suas Constituições modelos institucionais - hauridos dos países política, econômica e socialmente mais evoluídos - teoricamente aptos a desembocarem em resultados consonantes com os valores democráticos, neles não aportam. Assim, conquanto seus governantes: sejam investidos em decorrência de eleições, mediante sufrágio universal, para mandatos temporários; consagrem uma distinção, quando menos material, entre as funções legislativa, executiva e judicial; acolham, em tese, os princípios da legalidade e da independência dos órgãos jurisdicionais, nem por isto, seu arcabouço institucional consegue ultrapassar o caráter de simples fachada, de painel aparatoso, muito distinto da realidade efetiva. É que carecem das condições objetivas indispensáveis para que o instituído formalmente seja deveras levado ao plano concreto da realidade empírica e cumpra sua razão de existir.<sup>13</sup>

A democracia deveria significar a efetiva participação do cidadão nas decisões e destinos do Estado,<sup>14</sup> seja através da formação das instituições representativas, seja através do controle da atividade estatal. O cidadão é o verdadeiro titular do poder, mesmo que este seja exercido através de representantes eleitos. Os representantes deveriam se submeter à vontade popular, bem como submeter-se à fiscalização de sua atividade. A democracia deve ser uma forma de viver em sociedade e não somente um sistema de governo.

Limitada aos formalismos, a democracia representativa no Brasil serviu no decorrer da história para legitimar ações e procedimentos das elites dominantes, com raras exceções. Os cidadãos não fiscalizam as ações de seus representantes eleitos. Um dos elementos fundamentais para que a nossa democracia se limite a formalismos é a ausência de uma cultura política democrática. A nossa cultura política legitimou historicamente

<sup>13</sup> MELLO, C. A. B. de. *A democracia e suas dificuldades contemporâneas* ([www.jus.com.br/doutrinas](http://www.jus.com.br/doutrinas))

<sup>14</sup> Entendendo aqui o Estado formado pela aglutinação natural de um determinado povo, num dado território, sob o comando de um certo governo, com a finalidade própria de alcançar o bem comum, haja vista a existência de grande controvérsia doutrinária sobre o tema.

o autoritarismo presente nas instituições políticas e na própria sociedade, e ainda hoje prevalece no país um conjunto de atitudes políticas em que os valores autoritários ainda estão presentes.<sup>15</sup>

Neste contexto, se coloca a necessidade da radicalização da democracia<sup>16</sup>, em que um ingrediente indispensável é uma grande participação da sociedade civil no processo político. Para isso, é preciso forjar mecanismos capazes de reunir os ideais coletivos emanados da vontade popular, a fim de superar os mecanismos excludentes do sistema vigente. É fundamental criar condições e oportunidades de participação que garantam o alcance equitativo do processo democrático. “A realização da justiça social depende não só de formas institucionais (incluindo regras e regulamentações democráticas), mas também da prática efetiva”.<sup>17</sup>

No processo de redemocratização do Brasil na década de 1980 ocorreram importantes mobilizações populares, apontando na direção de uma democracia radical. A Constituição Federal de 1988 expressou em boa parte as reivindicações presentes nessas mobilizações, representando um importante avanço para a superação dos entraves legais colocados pelo regime autoritário, e incorporou propostas próprias da democracia participativa. A cidadania é o núcleo central da nova Carta Constitucional.

A partir da Constituição, novas formas de planejamento e gestão pública adquirem expressão nos governos municipais, estaduais e nacional, estimulando o fortalecimento do *capital social* existente no país. Na linha da tese de Robert Putnam,<sup>18</sup> as diversas modalidades de associativismo e as organizações emergentes do Terceiro Setor produzem novos atores e novas institucionalidades, que ao desenvolverem projetos e ações para reduzir as desigualdades sociais acabam estimulando a cooperação entre as pessoas e com isso fortalecendo a confiança interpessoal, que é um ingrediente cultural indispensável para a democracia.

<sup>15</sup> “Em síntese, a cultura política é um componente do sistema político, que ajuda a explicar tanto a estabilidade quanto as transformações do sistema. Pode, em determinados momentos, ser o elemento principal da estabilidade ou das mudanças, mas nem sempre se constitui no elemento determinante. Ela é, portanto, condição necessária mas não suficiente para explicar uma ou outras. Estatisticamente falando, a cultura política é uma variável interveniente no estudo do sistema político. Partindo do pressuposto que há uma causalidade recíproca entre cultura, economia e política, cabe à pesquisa empírica estabelecer a relação entre tais dimensões e o papel da cultura política em cada caso estudado.” (SCHMIDT, J. P. *Juventude e política nos anos 1990: um estudo de socialização política*. Porto Alegre, 2000. Tese de Doutorado em Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, p. 27).

<sup>16</sup> A expressão *democracia radical* é originária da teoria crítica de Habermas, que sugere os seguintes procedimentos: a soberania popular, a construção da vontade coletiva, efetivas participações em plebiscitos, em referendos e iniciativas populares, exigências de direitos através das ações de iniciativa popular e coletiva, alicerçadas em processos de comunidade de comunicação (HABERMAS, J. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1998).

<sup>17</sup> SEN, 2000, p. 187.

<sup>18</sup> PUTNAM, R. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália Moderna*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

A consolidação desses novos modelos de planejamento e gestão exige a promoção das capacidades individuais e institucionais, respondendo assim ao difícil problema colocado pelo despreparo de indivíduos e, conseqüentemente, das instituições orientadas para fins públicos, tanto dentro quanto fora do Estado.

O melhor aproveitamento do *capital social* exige a descentralização dos serviços para as regiões e os municípios, feita de modo adequado e competente. Descentralizar significa abrir canais de participação para os setores mais amplos da sociedade. A dimensão local/regional é um espaço privilegiado de convergência de programas e políticas que possibilitaram a mobilização e a participação popular, no suprimento das necessidades mais básicas e na descoberta de vocações que apontem para novas alternativas, sempre pela via democrática.

Estabelecidos alguns princípios básicos do desenvolvimento e da democracia, partiremos para a análise da relação entre a democracia e a comunicação social. Os mesmos princípios de igualdade, acesso igualitário e direito à participação do regime democrático também transpassam a questão da democracia na comunicação social.

## INDÚSTRIA CULTURAL E DEMOCRACIA

O conceito de *indústria cultural* proporciona importantes recursos teóricos para analisar a presença dos meios de comunicação de massa<sup>19</sup> (*mass media* ou, abreviadamente, *mídia*) nas sociedades contemporâneas e o seu vínculo com a democracia.

O conceito de indústria cultural foi criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, em 1947, em substituição à expressão “cultura de massa”, e tornou-se um conceito central nas análises desenvolvidas pelos pensadores identificados com a chamada Teoria Crítica, da Escola de Frankfurt. O Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, fundado em 1924, reuniu autores – entre os quais também merecem destaque Walter Benjamin, Jürgen Habermas, Erich Fromm e Herbert Marcuse – que produziram reflexões críticas sobre a economia, a sociedade e a cultura do seu tempo, a maioria veiculada nas páginas da Revista de Pesquisa Social.

<sup>19</sup> O tema comunicação nos remete a todo o decurso da História da Humanidade. O surgimento da imprensa remonta à criação dos símbolos ou sinais em que, na idade da pedra (paleolítica e neolítica), os homens transmitiam os seus pensamentos por meio de incisões e pinturas rupestres. No Egito, já no ano de 1750 a.C., sob o reinado de Thoutmés III, existia um jornal oficial, e ao tempo do Faraó Amarsis, jornais satíricos lhe alfinetavam a administração. Porém há registros de que na China existiu, em Poquim, há mais de 1300 anos, um jornal: King-Pao. Os romanos tinham jornais ou atas diurnas que circulavam de maneira regular e, por meio do serviço postal, levavam aos extremos da República ou do Império as novidades de Roma. No século XV, Veneza enviava aos seus embaixadores e agentes, espalhados pelo mundo, as “fogli d’avizzi”, com notícias escritas à mão, daí surgindo a primeira *Gazzetta* (MIRANDA, D. A. *Comentários à lei de imprensa*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995, p. 38).

Conforme os autores da Teoria Crítica, a cultura vigente nas sociedades do capitalismo contemporâneo está longe de ser uma cultura surgida espontaneamente das massas. A partir da segunda Revolução Industrial, no século XIX, e prosseguindo no que se denomina agora sociedade *pós-industrial* ou *pós-moderna*, a cultura passou a se subordinar às leis de equivalência, tornou-se um produto a mais no mercado, regrediu à civilização que deveria transcender e se tornou consumível dentro de uma gigantesca “indústria da cultura”. São os “produtos ou bens culturais” estratificados e fabricados em série, e sua qualidade estética é adequada à lógica de todo o sistema produtivo. Tudo o que é produzido pelo sistema industrializado de produção cultural (TV, cinema, rádio, jornal, revistas, etc.) é elaborado de forma a influenciar e aumentar o consumo<sup>20</sup>, transformando hábitos, educando e informando.

Segundo Adorno,<sup>21</sup> a indústria cultural com seus produtos pratica o reforço das normas sociais, repetidas vezes, até a exaustão, sem discussão. Ela fabrica seus produtos de modo a serem trocados por moeda, promovendo a deturpação e a degradação do gosto popular, obtendo uma atitude passiva do consumidor simplificando ao máximo seus produtos. Eles são construídos propositadamente para um consumo descontraído, não comprometedor. Cada um desses produtos reflete o mecanismo econômico que domina o tempo do trabalho e o tempo do lazer.

A indústria cultural vende cultura. Para vendê-la, deve seduzir e agradar o consumidor. Para seduzi-lo e agradá-lo não pode chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, fazê-lo ter informações novas que o perturbem, mas deve devolvê-lo com nova aparência, o que ele já sabe, já viu ou já fez. “O consumidor não é rei, como pretende a Indústria Cultural não é sujeito, mas seu objeto”.<sup>22</sup> Transforma a cultura em lazer e entretenimento, diversão e distração, não desenvolvendo a sensibilidade, a imaginação, a inteligência, a reflexão e a crítica. Tais capacidades não são interessantes pois “não vendem”.

Em suma, a Teoria Crítica acusa a indústria cultural de promover a alienação do indivíduo. Este não consegue mais decidir autonomamente. O homem está aprisionado ao poder de uma engrenagem social que o manipula. À medida que as posições da indústria cultural se consolidam, mais podem agir sobre as necessidades de consumo, guiando-o e disciplinando-o. É um processo no qual o indivíduo é levado a não meditar sobre si

<sup>20</sup> Aqui é importante destacar a publicidade como o fator essencial para a afirmação, manutenção e sobrevivência da Indústria Cultural. A função manifesta da publicidade é aquela de “vender um produto”, “aumentar o consumo” e “abrir mercados”. Se compararmos ao fenômeno do “consumo de anúncios” e o de “produtos”, podemos perceber que o volume de “consumo” implicado no primeiro é infinitamente superior ao do segundo. Em cada anúncio “vende-se” estilo de vida, sensações, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação, hierarquia, etc., em quantidades significativamente maiores que geladeiras, roupas ou cigarros. (Ver: SCHWARTZ, T. *Mídia: o segundo deus*. São Paulo: Summus, 1985).

<sup>21</sup> Ver ADORNO, T. *Indústria Cultural*. In: CONN, G. (org.) *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1971.

<sup>22</sup> RABAÇA, G; BARBOSA C. *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Ática, 1995, p.164.

mesmo e sobre a totalidade do meio social circundante, transformando-se em mero “joguete” e, afinal, em simples produto alimentar do sistema que o envolve.

Em defesa da indústria cultural está a tese de que ela não é fator de alienação, na medida em que sua própria dinâmica interior a leva a produções que acabam por beneficiar o desenvolvimento do homem. Neste sentido, as idéias de Marshall McLuhan<sup>23</sup> se contrapõem claramente às de Adorno. Ao postular que “o meio é a mensagem”, ele desconsidera a essência daquilo que é produzido, veiculado pela indústria cultural e reproduzido em série. McLuhan considera que todas as artes tradicionais que não se transformam em novos meios são restos que desaparecem com o tempo. Não importa como surgiram as novas tecnologias, o ser humano se vê aprisionado por elas, torna-se impotente e só lhe cabe adaptar-se ao inevitável. Para ele, a tecnologia se eleva acima da sociedade.

McLuhan baseou suas idéias numa leitura particular da história da humanidade. A mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. O meio surge e com ele acelera-se e amplia-se a escala das funções humanas anteriores, criando cidades, trabalho, lazer. Enquanto o meio é a mensagem, outros meios vão surgindo e superando as mensagens anteriores. Para ele, os meios eletrônicos são extensão do nosso sistema nervoso central e o que eles sabem nós também sabemos; deste modo, o conhecimento é desnecessário ao ser humano — a eletrônica o fará por nós.

Há, entre as concepções de Adorno e de McLuhan, uma enorme discordância com relação ao conceito de cultura de massa: Adorno preferiu substituí-lo por indústria cultural porque o considerava equivocado: enquanto para os defensores do conceito cultura de massa o termo indicava uma cultura originária das massas, espontânea e natural, para ele era exatamente o oposto — uma cultura adaptada aos produtos e determinada pelo consumo dos mesmos, num círculo vicioso.

No nosso entendimento, o conceito de indústria cultural, formulado há cerca de cinquenta anos, permanece atual e é incrivelmente válido para as relações hoje estabelecidas entre os homens e a cultura. O homem está cada vez mais subjugado à ciência e à técnica; sua relação com os outros homens e com a natureza continua obscurecida pela indústria cultural, que o impede de se tornar um indivíduo autônomo independente e capaz de julgar e de decidir conscientemente.

É importante a leitura crítica da máquina que é a indústria cultural hoje, pois esta continua determinando o consumo do mesmo e exclui tudo o que é novo, tudo o que ela vê como risco. Everaldo Rocha, no livro *A Sociedade do Sonho*, diz que:

<sup>23</sup> McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Tr. Décio Pignatari. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1974, pp.21-82.

A Indústria Cultural é tão definitivamente importante que, dentro das fronteiras culturais do mundo ocidental, dificilmente alguém pode deixar de ser dela receptor e testemunha. É tarefa árdua encontrar um lugar disponível para fugir da sua compulsiva fruição. Os Meios de Comunicação vão buscar qualquer um em toda a parte. Não necessariamente como proposta de utopia controlada ao estilo "1984" ou "Admirável Mundo Novo", mas com singeleza radical que liga o estranho e a diferença nas bem tecidas teias de códigos comuns. Um incessante projeto de colocar regiões em contato performa seu destino na vida social e trama o mosaico de uma amarração planetária, na qual experimentamos participação compulsória.<sup>24</sup>

Os aspectos que envolvem o ambiente da indústria cultural dos últimos tempos têm sofrido contínuas transformações, especialmente vinculados à dinâmica da globalização. Mas tais transformações em nada modificam o sentido fundamental acima indicado. O que é fundamental é que o que preside a atividade dos meios de comunicação no capitalismo contemporâneo é a lógica do mercado e não a lógica de democracia. A informação e a comunicação são produtos no mercado das trocas e regem-se pelas leis do mercado. Como tal, a indústria cultural opõe-se frontalmente aos ideais da democracia participativa.

No Brasil, o processo de formação de uma indústria cultural aparece com maior nitidez em meados dos anos setenta. O início é evidenciado com o Golpe de 1964, que também é o "estopim" do processo monopolista de acumulação de capital.<sup>25</sup> As grandes empresas de acumulação de capital e poder apresentam uma nova forma de viver, conforme a propagação da ideologia capitalista.<sup>26</sup>

No período do regime autoritário (1964-1984) ocorreu, além dos aspectos econômicos mencionados, um "pacto de poder" fundamentado na aliança entre a burguesia, a classe média e os militares. Neste tripé as classes baixas e outras minorias foram excluídas. Na época, grande parte dos direitos de cidadania foram restringidos ou extintos. Nesse contexto a indústria cultural se desenvolveu e ganhou especificidade.<sup>27</sup>

Ao examinarmos com mais atenção o processo de estruturação da indústria cultural no Brasil, percebemos que, nele, o capitalismo monopolista é um fator importante. Mas, além deste, têm relevância as medidas governamentais típicas do regime autoritário.

<sup>24</sup> ROCHA, E. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995, p. 34.

<sup>25</sup> SÁ, A. B. A indústria cultural, o Estado e a questão cultural. In: *Comunicarte*, Campinas: PUCAMP, n.18, 1993, p. 92.

<sup>26</sup> COVRE, M. de L. M. *O que é cidadania?* São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 38.

<sup>27</sup> SÁ, 1993, p. 93.

A industrialização efetivou o processo de concentração de capital ao lado de uma maior divisão de trabalho. Somam-se, ainda, os efeitos da urbanização que impulsionou novos setores da classe média ligados ao setor industrial. Além disso, a modernização do aparato estatal influenciou na redistribuição de renda. Desta forma, a política econômica do governo pós-1964 ajudou a fazer desses setores médios grandes consumidores para o mercado de bens culturais.<sup>28</sup>

Outro fator relevante foi a ampla reforma do ensino que, também, contribuiu para a constituição do mercado da indústria cultural. O ensino fundamental foi o que teve maior ênfase, enquanto que o ensino médio foi reformulado e o ensino superior foi transferido, em grande parte, para iniciativa privada. Os objetivos eram combater o analfabetismo e os baixos índices de escolaridade. Além disso, o ensino era obra interessante para o Estado autoritário, tendo em vista a imposição de valores à sociedade.<sup>29</sup>

Nessa fase da história, com a crescente acumulação de capital no contexto do capitalismo monopolista, a publicidade também firmou suas bases. A importância da publicidade e da propaganda está em angariar recursos para financiar, em parte ou totalmente, os meios de comunicação.<sup>30</sup>

O Estado também teve participação direta nos espaços publicitários. Os governos, tanto federal, como estadual e municipal, produziram uma série de anúncios que divulgavam os programas, as obras e demais atividades do poder público. A televisão foi o meio principal de divulgação. Atualmente, ainda, esta prática é utilizada, com programas como: *Avançar Brasil*, *Brasil em Ação*, entre outros.

O Estado, portanto, foi fundamental para a formação e desenvolvimento da Indústria Cultural no Brasil. Investiu em telecomunicações, gastou em publicidade, cuidou da educação, além de dar suporte ao modelo econômico implantado. Assim o mercado anunciante e consumidor, dos produtos culturais, cresceu rapidamente.

Todo esse processo de consolidação da Indústria Cultural, no caso da sociedade brasileira, é bem definido e exemplificado por Ortiz:

A indústria cultural se beneficiou, portanto, pelo reforço político. O Estado autoritário teve interesse em eliminar os setores que pudessem oferecer alguma resistência.(...) A TV-Globo principalmente, cujos contatos com os militares eram fortes pôde se beneficiar da solidariedade do regime.<sup>31</sup>

<sup>28</sup> ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense: 1989, p. 115-118 passim.

<sup>29</sup> CUNHA, L. A. *A educação e o desenvolvimento no Brasil*. Rio de Janeiro: F. Alves: 1975, capítulo 5.

<sup>30</sup> Cf., ARRUDA, M. A. N. *A embalagem do sistema*. São Paulo: Duas Cidades, 1985.

<sup>31</sup> ORTIZ, 1989, p. 117.

Desta forma, fica claro que as relações de afinidade entre o Estado e os empresários não se explicam apenas pelos interesses econômicos. Mas, fundamentalmente, por uma questão ideológica. Os empresários da cultura voltados para a questão mercadológica e o poder estatal com intenções moralistas e repressoras.

A partir da queda do regime militar e fim da ideologia repressora, pouco se avançou no sentido de democratização do espaço público. Isto fica evidenciado ao analisarmos a questão da manutenção dos grupos empresariais, que dominam o mercado midiático na atualidade.

Durante o governo José Sarney, houve uma farta distribuição de canais de rádio e televisão.<sup>32</sup> As concessões foram, basicamente, para deputados e empresários ligados ao Executivo Federal. Somente com a Constituição Federal de 1988 é que os atos de concessão passaram pelo crivo do Congresso Nacional. No entanto, a única mudança foi a instituição de um "pacto de favores" entre os poderes Executivo e Legislativo quanto ao destino das concessões.

Atualmente, no Brasil existem centenas de periódicos, mas, como visto, o maior problema está nas concessões de radiodifusão. Formou-se um monopólio, sendo que apenas 14 grupos dominam cerca 90% do mercado nacional de mídia e bens culturais: *Abravanel (SBT)*, *Alzugaray (Editora Três)*, *Câmara (Grupo Câmara)*, *Carvalho (ex-Grupo Bloch)*, *Civita (Abril)*, *Daou (TV Amazonas)*, *Frias-Caldeira (Folha SP)*, *Jereissatti (Grupo Verdes Mares)*, *Igreja Universal (Record)*, *Marinho (Globo)*, *Mesquita (Estado de SP)*, *Nascimento Brito-Bittencourt (Jornal do Brasil)*, *Saad (Bandeirantes)*, *Sirotsky (RBS)* e *Zahran (Grupo Zahran)*.<sup>33</sup> No período anterior à Constituição de 1988, as concessões para o funcionamento das emissoras eram de responsabilidade exclusiva do Ministério das Comunicações.

A Rede Globo de Televisão, maior empresa do ramo, inaugurada em 1965, cobre praticamente todo o território nacional, sendo vista em 99,84% dos 5.043 municípios. Composta por 107 emissoras, entre geradoras e afiliadas, detém 64% da audiência nacional, sendo 74% no horário nobre, 56% no matutino, 59% no vespertino e 69% no horário noturno. Absorve 75% do total de verbas publicitárias destinadas à televisão. No ano de 2000 arrecadou cerca de três bilhões de dólares.<sup>34</sup>

<sup>32</sup> No governo Sarney ocupou o cargo de ministro das comunicações, o político baiano, ex-arenista, Antônio Carlos Magalhães ligado às multinacionais e aos grandes empresários da comunicação como Roberto Marinho. Em apenas dois anos, o Governo Federal através do Ministério das Comunicações deferiu 327 concessões de rádio e TV, mais da metade do governo Figueiredo. A família Sarney possui hoje 18 canais de rádio e TV e Magalhães é dono da TV Bahia afiliada da Rede Globo (Cf. AMORIM, J. S. D. Políticas de comunicação no Brasil: evolução e impasse. In: GOMES, P. G. (org). *Políticas de comunicação: participação popular*. São Paulo: Paulinas, 1988, p. 29-31.)

<sup>33</sup> Cf. MORAES, D. de. *O planeta mídia*. Campo Grande: Letra Livre, 1998, p.107.

<sup>34</sup> Ver site corporativo da Rede Globo (<http://www.redeglobo.com.br>).

Esses monopólios que dominam o mercado da indústria cultural constituem significativos entraves para a democratização dos meios de comunicação. A concentração de meios de comunicação permitida no Brasil, com TVs, rádios, jornais e revistas na posse de um mesmo grupo ou mesmo centralizada em uma só pessoa, é uma força terrivelmente anti-democrática, anti-social e inconstitucional.

## A DEMOCRATIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A democratização dos meios de comunicação é, antes de tudo, uma questão de cidadania e justiça social, que integra o direito humano à informação e à comunicação. É fundamental para cidadania que a sociedade esteja devidamente informada para participar na tomada de decisão dos assuntos públicos.

A democracia das relações entre a mídia e a sociedade tem como fundamento o direito de comunicar-se, que implica o acesso e a participação, a aproximação dos pólos emissor-receptor, possibilitando aos indivíduos não serem apenas objetos anônimos da comunicação, mas também agentes ativos deste processo. Assim como o regime democrático verdadeiro, no qual acreditamos, vai muito além dos limites do sufrágio universal, a democratização da comunicação ultrapassa o direito da liberdade de expressão, de imprensa, e se estende também ao cidadão comum, não somente aos jornalistas e proprietários dos meios de comunicação social.

O jurista Fábio Comparato, lembra que, com a evolução das sociedades, a liberdade de expressão, de imprensa, esbarrou numa barreira intransponível: o acesso aos meios técnicos de difusão das mensagens. Além do direito de informação, vai-se firmando também, em vários países, um direito da comunicação social, vale dizer a prerrogativa, de exprimir idéias, críticas ou mensagens de toda sorte através dos veículos de comunicação de massa.<sup>35</sup>

Não basta existir a liberdade de imprensa, é preciso que ela seja acessível a todos os cidadãos. Nesta perspectiva, o direito à comunicação social é ressaltado pelo Relatório de Sean MacBride, aprovado pela UNESCO, que o considera um requisito indispensável para a conquista de uma sociedade mais democrática. Segundo o Relatório MacBride<sup>36</sup> a questão não está propriamente em oferecer maiores e mais variados meios para mais pessoas, ou simplesmente oferecer-lhes maiores facilidades. A democratização da comunicação implica uma mudança no ponto de vista. A democratização da comunicação

<sup>35</sup> COMPARATO, F. K. (et. al). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Cia. das Letras, 1991, p.67.

<sup>36</sup> Relatório MacBride, apud PUNTEL, J. T. *A igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994, p.265.



significa também, conforme o Relatório, maiores possibilidades de as nações, forças políticas, comunidades culturais, entidades econômicas e grupos sociais intercambiarem informações. Na perspectiva democrática, a comunicação é vista como um processo interativo, horizontal, que permite a troca de informações e opiniões.

Outro aspecto a ser levado em conta quando se fala em democratização da comunicação é a função ideológica dos meios de comunicação de massa. Para os críticos da Escola de Frankfurt, eles cumpririam a função legitimadora da hegemonia burguesa, na medida em que promovem o estilo de vida capitalista e garantem o *status quo* estabelecido. Isto por si só já revela um dos entraves para a democratização, pois ao servir ao poder constituído, os meios de comunicação acabam legitimando um sistema sócio-econômico que exclui um enorme contingente de pessoas, jogadas à margem do sistema social.

Sob ponto de vista político, os meios de comunicação, ao mesmo tempo em que tendem a difundir ideologia burguesa, também são *locus* de discussão e divulgação dos assuntos públicos. Portanto, é preciso atentar para o fato de que se na autocracia o segredo de Estado não é a exceção mas a regra, na democracia a publicidade dos atos do governo deve ser a regra e não a exceção. É através do rádio, jornal e televisão, que a população fica a par dos assuntos e decisões políticas, como leis vetadas, aprovadas e sancionadas, acordos e desacordos políticos.

Mais que apenas informar, os meios de comunicação produzem reverberações.<sup>37</sup> Reverberações que, enquanto meios de publicização (no sentido de tornar público) e propagação de conhecimentos a respeito da esfera pública, são capazes de gerar níveis de intervenção prática na negociação pública (passeatas, escolha de candidatos em eleições, abaixo-assinados, plebiscitos, etc.) de tal forma a pressionar para a produção de efeitos legislativos. De maneira que os meios de comunicação conseguem mobilizar centenas, milhões de pessoas para um protesto, por exemplo, que através deles, novamente, vai ganhar ainda mais força.

Os meios de comunicação não garantem a publicização, em sentido ético, porque eles propriamente não são plenários públicos que já não estão abertos a qualquer controle ou intromissão dos cidadãos e, o que é mais relevante eticamente, porque respondem aos interesses e necessidades apenas de indivíduos ou grupos.

A preocupação com a democratização dos meios de comunicação produziu interessantes debates no II Fórum Social Mundial, realizado no início de 2002, em Porto Alegre.<sup>38</sup> Segundo o conferencista Osvaldo León, todo o tipo de aspiração democrática

<sup>37</sup> Reverberações são significados que não morrem imediatamente após a divulgação das notícias, mas causam discussões e interpelações sobrepostas como se fossem o efeito de reflexões sucessivas de um som em uma sala ampla.

<sup>38</sup> As informações referentes ao II Fórum Social Mundial foram obtidas no *site*: [www.portoalegre2002.org](http://www.portoalegre2002.org)

tem sido seriamente debilitada pela hegemonia neoliberal que, ao colocar o mercado como eixo do ordenamento social, acaba por confiscar as democracias, anulando todo sentido de cidadania. A necessidade de superar a lógica neoliberal, hegemônica no sistema de comunicação mundial, foi a tônica das exposições e debates.

O entendimento da problemática dos meios de comunicação proposto no Fórum Social Mundial é oportuno e as propostas apresentadas são adequadas para a concretização do direito à informação e à liberdade de expressão e de opinião dos cidadãos. Para passar do plano da afirmação de direitos ao da prática efetiva é necessária uma estratégia que unifique os esforços no plano legal-institucional com as ações dos movimentos sociais e organizações da sociedade civil. É preciso que os diversos segmentos da sociedade brasileira compreendam a importância da democratização dos meios de comunicação para o desenvolvimento do país e o fortalecimento do regime democrático.

A partir de uma análise crítica do contexto atual, as discussões feitas no II Fórum Social Mundial apontaram propostas alternativas à lógica de mercado que domina hoje a comunicação. Indicamos, resumidamente, as mais relevantes.

a) Estabelecimento de políticas públicas sustentadas nos mecanismos de controle social democrático, para limitar o poder dos interesses articulados pela lógica do mercado, com normas que permitam sua regulação, regulamentação e fiscalização, descartando disposições questionáveis como a censura. Implantação de políticas para garantir a diversidade e independência de fontes, soberania, diversidade cultural e acesso democrático às tecnologias.

b) Criação de meios de comunicação públicos de caráter cidadão. Esses meios não precisam ter necessariamente caráter estatal, mas devem estar sob controle da sociedade civil e financiados segundo o princípio da economia solidária (ou seja, com fundos públicos e/ou privados). São ações a serem desenvolvidas nos diferentes contextos nacionais e internacionais para frear o processo de monopolização dos meios e sistemas de comunicação, como também a mercantilização da informação.

c) Desenvolvimento de uma informação diversa, plural e com perspectiva de gênero. As ações a esse respeito vão desde a crítica aos meios de massa até o apoio ao desenvolvimento e a sobrevivência de meios alternativos e independentes. Um setor prioritário nesse movimento são os jornalistas — cujos interesses profissionais se encontram ameaçados pela mercantilização da informação — particularmente por meio de suas associações de classe. Outro setor importante para desenvolver alianças são os movimentos de consumidores, que podem contribuir para desenvolver ações de pressão nos meios e nos sistemas de comunicação, que tratam seus “consumidores” de maneira isolada, deixando-lhes como único poder o de comprar ou não comprar, de acender ou apagar. Este poder seria maior se exercido de forma coletiva.

d) Desenvolver uma cidadania informada requer uma capacidade de leitura crítica dos meios de comunicação, objetivo dos programas de “alfabetização imediata”, os quais pretendem auxiliar a que os cidadãos possam entender melhor a natureza socialmente

construída da mídia.

e) Um aspecto fundamental para acompanhar este processo são as atividades de pesquisa, que permitam focar novos terrenos e formas de ação. Impõe-se uma vinculação mais estreita entre os movimentos pela democratização da comunicação e os pesquisadores na matéria, bem como o desenvolvimento de documentos de popularização de pesquisas e atividades de intercâmbio entre teoria e prática.

f) Desencadeamento de um amplo debate público sobre o impacto e consequência da concentração monopolizada no campo da comunicação e as prioridades de desenvolvimento de novas tecnologias de informação e de comunicação. Esse debate terá como foco central a função social da mídia e a superação do atual modelo de comunicação, baseado em interesses estritamente comerciais.

#### AVALIAÇÃO DO PAPEL DA MÍDIA NO BRASIL

A grande preocupação na atualidade, diz respeito às consequências das tecnologias avançadas de comunicação sobre a vida em sociedade. A comunicação passa a ser o grande tema do milênio. A cada momento, as novas tecnologias que despontam, transformam tudo, modificando conceitos e reorganizando constantemente a realidade e instauram um *novo homem cultural*.

No Brasil, segundo dados de 1999 do IBGE,<sup>39</sup> a circulação diária de todos os jornais atinge mais ou menos quatro milhões de exemplares, sendo que a revista semanal de maior circulação tem uma tiragem de aproximadamente 800 mil exemplares, lida por mais de quatro milhões de pessoas. De 1994 a 1999, as residências com rádio passaram de 85,1% para 90,4%, sendo que é o eletrodoméstico mais usado depois do fogão. No mesmo período, os lares com televisão passaram de 75,8% para 87,5%. Um habitante de uma cidade de médio porte recebe, diariamente, duas a três mil informações. Nos grandes centros urbanos, esse índice chega próximo a 10 mil informações por dia.

Os MCM (meios de comunicação de massa) atingem simultaneamente uma vasta audiência, em um curto espaço de tempo, envolvendo milhares de pessoas no processo. Essa audiência, além de heterogênea e geograficamente dispersa, é constituída de membros anônimos para a fonte, mesmo que a mensagem, em função dos objetivos do emissor, ou da estratégia mercadológica do veículo, seja dirigida especificamente a uma determinada parcela do público, isto é, um só sexo, uma faixa etária, um determinado grau de escolaridade.

Costuma-se atribuir aos MCM as funções de informar, divertir, persuadir e ensinar. Esta classificação, segundo Rabaça & Barbosa é “falha, pois ignora os possíveis

<sup>39</sup> Ver site [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).

propósitos e necessidades inconscientes, que certamente existem tanto na fonte como nos receptores das mensagens”.<sup>40</sup>

A difusão de mensagens pelos MCM gera a *cultura de massa*, conceito que apresenta controvérsias oriundas da teoria crítica, que propõe em seu lugar a expressão *indústria cultural*, já analisada nesse ensaio. Num confronto das diversas posições, favoráveis ou não à comunicação de massa, Rabaça e Barbosa relacionam, em sua obra *Dicionário de Comunicação*, os principais argumentos positivos e negativos a respeito da comunicação de massa, segundo a visão do teórico da comunicação Umberto Eco, que resumimos abaixo:

*Pontos negativos:* é extremamente conformista, isto é, encoraja uma visão passiva e acrítica da sociedade; valoriza, em demasia, a informação da atualidade, entorpecendo a consciência histórica; difunde uma cultura homogênea, destruindo as características culturais de cada grupo etário; é conservadora, pelo fato de trabalhar somente o que já foi assimilado, seguindo apenas as leis do mercado; nivela superficialmente a sua produção das mensagens.<sup>41</sup>

*Pontos positivos:* é democrática, pois liberta o homem na medida em que proporciona oportunidades, destruindo as antigas barreiras de classe, tradição e gosto, misturando e confundindo tudo, dissolvendo as distinções culturais; proporciona diversão para as massas cansadas que compõem a força de trabalho; divulga os atos de corrupção; proporciona cultura para milhões de pessoas, permitindo ao homem médio dispor de uma riqueza de informações, nunca antes vista, divulgando obras culturais a preços muito baixos.<sup>42</sup>

Atualmente, as indústrias da mídia estão passando por grandes mudanças econômicas e tecnológicas, gerando um importante impacto na produção e na difusão das mensagens. A produção e circulação das mensagens na sociedade atual é extremamente dependente das atividades das indústrias da mídia.

Segundo Thompson, o papel das empresas de comunicações é fundamental na formação do indivíduo moderno, pois é difícil imaginar, nos dias de hoje, “o que seria viver num mundo sem livros e jornais, sem rádio e televisão, e sem os inúmeros outros meios através dos quais as formas simbólicas são rotineiras e continuamente apresentadas a nós”.<sup>43</sup>

As preocupações de ordem social com o fenômeno da comunicação de massa acompanham a sua disseminação. No percurso da transformação como fenômeno social

<sup>40</sup> RABAÇA e BARBOSA, 1995, p.164.

<sup>41</sup> RABAÇA e BARBOSA, 1995, p.165.

<sup>42</sup> RABAÇA e BARBOSA, 1995, p.165.

<sup>43</sup> THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999, p. 219.

durante o século XX, os meios de comunicação de massa se tornam instrumentos fundamentais na produção da nova coesão social, exatamente porque lidam com a fabricação, reprodução e disseminação de representações sociais que fundamentam a própria compreensão que os grupos sociais têm de si mesmos e dos outros, isto é, a visão social e a auto-imagem.

Segundo Guareschi,<sup>44</sup> a liberdade de representações com relação à realidade coloca questões de peso sobre os efeitos da globalização da tecnologia para os grupos sociais minoritários ou excluídos e também para as comunidades rurais. Questões como esta evidenciam a necessidade do estudo da atual formação, reprodução e permanência do imaginário social, a análise das representações sociais e como elas são geradas pelos meios de comunicação de massa.

Leciona Guareschi que “a homogeneização cultural que se está praticando há muito nos EUA ameaça, agora, tomar conta de todo o mundo”.<sup>45</sup> De maneira que as culturas locais possuem reduzidos espaços nos meios de comunicação, pois a lógica é basicamente comercial. A informação é um produto subordinado às estratégias comerciais das grandes corporações da comunicação, estas promovem a distribuição, produção cultural e informacional.

O ser de hoje é diferente do de outras épocas. Ele muda porque tudo muda ao seu redor. Este novo *habitat* proporciona aos indivíduos uma rede enorme de estímulos, condicionamentos e provocações sensoriais. Segundo Gutierrez,<sup>46</sup> a civilização moderna, com sua tecnologia, está oferecendo ao homem novas formas de perceber, sentir, intuir e pensar. O homem de hoje é um *homem-massa*, onde a imagem e o som igualam os receptores. A divulgação das informações não difere, essencialmente, entre o indivíduo intelectual e o não intelectual, porque a diferença dos instrumentos intelectuais e culturais que prevalece nas mensagens, divulgadas pelos *mass media*, cada vez mais é encurtada.

De maneira que para avaliarmos o papel dos meios de comunicação, temos que entender a comunicação, sob a perspectiva da representação social que é o fenômeno pelo qual uma pessoa influencia ou esclarece outra que, por sua vez, pode fazer o mesmo em relação à primeira. Seus elementos básicos são o emissor, o receptor, a mensagem, o código e o veículo. Atualmente, o estudo científico da comunicação ganhou grande impulso, depois de constatada a extraordinária importância econômica, social, política e ideológica do *processo comunicacional*. No Brasil se destacam os estudos comandados por José Marques de Mello, que muito tem contribuído para o desenvolvimento das pesquisas sobre os fenômenos da comunicação de massa em nosso país e na América Latina.

<sup>44</sup> GUARESCHI, P. *Comunicação & poder*. A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

<sup>45</sup> GUARESCHI, 1998, p.75.

<sup>46</sup> GUTIERREZ, F. *Linguagem total*: uma pedagogia dos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1978, p.19.

A palavra comunicação tornou-se popular e a revolução tecnológica nesta área de conhecimento criou ou desenvolveu maior necessidade de competência no exercício de suas atividades. Jornais, revistas, rádios e TVs, há muito, são mercados do comunicador profissional, agora ampliado pela atuação dos consultores de *marketing*, publicitários e relações públicas. Outro grupo de profissionais é responsável pela avaliação do impacto dos diversos produtos de comunicação. Pesquisadores de opinião pública, assessores de imprensa e gerentes de comunicação, desempenham papéis inerentes à indústria da comunicação<sup>47</sup>. É fácil apontar diferenças nas atividades de um jornalista, publicitário ou relações públicas. Ao mesmo tempo, um processo básico caracteriza o trabalho desses profissionais e os une de maneira significativa. O objetivo principal é a criação e a emissão de mensagens que se destinam a produzir efeito sobre uma ou mais audiências (públicas).

Um dos fenômenos mais importantes nesse final de milênio é a substituição das ideologias pelo culto às celebridades. Hoje em dia o entretenimento conquistou a realidade, cada vez mais a ficção compete com as histórias da vida real. O entretenimento invadiu a realidade. As telenovelas globais, a Guerra do Golfo, os fenômenos *Tiazinha* e *Feiticeira*, a vida e morte da princesa Diana e Ayrton Senna e, recentemente, os *reality shows* (Casa dos Artistas e Big Brother Brasil), onde a vida se transformou num veículo de comunicação. Todos nós nos tornamos ao mesmo tempo atores e platéia de um espetáculo muitas vezes mais rico, fascinante e complexo do que a nossa realidade.

A vida acabou por transformar-se mesmo em um filme, pois a mídia criou a mitologia da imagem. Os quinze minutos de fama são perseguidos por grande parte da população. Os anônimos ficam famosos e ganham seus minutos de celebridade, os que já são famosos viram mitos. A sede por escândalos é tão intensa que testemunhas, advogados, promotores, delegados e juizes se transformam em artistas, como por exemplo o caso da prisão do cantor Belo acusado de estar envolvido com o tráfico de drogas no Rio de Janeiro.

Neste início de século XXI os meios de comunicação estão se multiplicando em grande velocidade, gerando um excesso de informações para a sociedade. Cada vez mais a mídia induz o povo a gastar o que não tem, recorrer aos financiamentos, aos cartões de crédito ou ao cheque especial, à linha de frente do consumismo, alimentada pelos altos juros.

A televisão está quase que exclusivamente, montada para satisfazer às necessidades de mercado dos produtos de bens de consumo que patrocinam e financiam a programação. O material de programação está planejado, especialmente, para assegurar e prender audiências massivas nas peias e delícias de consumismo. Poucas sociedades

<sup>47</sup> Segundo dados do Ministério do Planejamento, o número de empregos formais gerados no setor da produção cultural brasileira no ano de 1999 somava mais de 700 mil empregos formais, número 18,6% superior ao verificado em 1994 ([www.planejamento.gov.br](http://www.planejamento.gov.br)).

possuem a força industrial, a competência técnica e a força moral para resistir aos assaltos eletrônicos da TV comercial. O que é menos aparente, mas não menos real, são as características negativas da parafernália eletrônica que estão sendo introduzidas nas comunidades pobres, através do globo.<sup>48</sup>

Diante desse quadro mundial a mídia tem pouco espaço para a informação e a divulgação do conhecimento, pois depende das verbas publicitárias, que são manipuladas pelas grandes indústrias e conglomerados financeiros. De cada dez notícias veiculadas pela mídia, uma é positiva. O tempo todo o ser humano é tratado como consumidor, bombardeado com folhetos de compra e anúncios persuasivos.

Como salienta Francisco de Oliveira<sup>49</sup>, nossa sociedade é uma sociedade de massas, isto é, uma sociedade cujo processo estrutural é o da negação da identidade social e política dos sujeitos históricos. E nessa esfera, o trabalho da mídia se desenvolve de maneira relevante. Não há, pois, alternativa. Ou controla-se socialmente a informação, ou seremos manipulados pela desinformação perversamente intencionada. A informação é um “bem coletivo” e não “mercadoria”.

#### ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Não há dúvidas de que a democracia é a maneira mais produtiva e eficiente de organizar a sociedade. Para tanto ela deve ser um mecanismo de expansão da cidadania. O problema é que vivemos numa situação de “quase-democracia” ou “pseudo-democracia”, onde o ser humano não é tratado como tal e os problemas sociais aumentam no decorrer do tempo sem perspectivas de solução.

De maneira que o verdadeiro pluralismo pouco foi praticado no Brasil até o momento. Um exemplo claro da falta de espírito democrático, diz respeito à formação da indústria cultural, em nosso país, sempre movida pela lógica do mercado capitalista. Além disso, o vínculo com os regimes de governo possibilitou a construção de monopólios midiáticos onde uma dúzia de famílias dominam, praticamente, todo o mercado existente no país. A democracia brasileira estará sempre comprometida enquanto não houver a completa democratização dos meios de comunicação.

A grande indústria da comunicação que movimenta cifras milionárias, incentivadora do consumismo, transformou a informação em mercadoria. A mídia orienta suas ações com base nos princípios da maximização do capital. Os avanços tecnológicos impõem ao sujeito, cada vez mais, a condição de mero espectador. As possibilidades de participação

<sup>48</sup> GUARESCHI, 1998, p.75-76.

<sup>49</sup> Apud, PASSOS, J. J. C. de. A imprensa, a proteção da intimidade e o processo penal. *Revista Forense*, vol.324, 1996, p.64.

deste sujeito para que ele possa agir como cidadão-interlocutor, foram ceifadas pelo princípio “massificador” que norteia a comunicação.

A Constituição Federal representa uma nova oportunidade para transformação do sistema de comunicação que foi consolidado à sombra do regime militar. Os princípios constitucionais dispõem alguns critérios neutralizadores dos monopólios ou oligopólios que já foram aplicados com bastante eficácia nos Estados Unidos e em vários países da Europa. Há um novo Estado de Direito ditado pela Carta Política de 1988 que na prática ainda não se efetivou.

A verdadeira missão da comunicação, dentro de uma concepção democrática, é informar, divulgar fatos de interesse coletivo, difundir conhecimentos, disseminar a cultura, iluminar as consciências, canalizar as aspirações populares. Enfim, orientar a opinião pública no sentido do bem e da verdade dentro de uma concepção humanizadora. A comunicação deve ser proclamada como um bem social, cultural e educativo a partir do nível local/regional, assunto para outra oportunidade.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. Indústria Cultural. In: CONH, Gabriel (org.) *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1971.
- ARRUDA, M<sup>a</sup>. Arminda N. *A embalagem do sistema*. São Paulo: Duas Cidades, 1985.
- COMPARATO, Fábio K. (et. al). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Cia. das Letras, 1991.
- COVRE, M<sup>a</sup>. de Lourdes Manzini. *O que é cidadania?* São Paulo: Brasiliense, 1999.
- CUNHA, Luiz A. *A educação e o desenvolvimento no Brasil*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1975.
- GUARESCHI, P. *Comunicação e poder*. A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- GUTIERREZ, F. *Linguagem total: uma pedagogia dos meios de comunicação*. São Paulo: Summus, 1978.
- MORAES, Dênis de. *O planeta mídia*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PASSOS, J.J. Calmon de. A imprensa, a proteção da intimidade e o processo penal. *Revista Forense*, vol.324, 1996.
- PUNTEL, Joana, T. *A igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.

- RABAÇA, G.; BARBOSA, C. *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Ática, 1995.
- ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- SÁ, Antônio B. A indústria cultural, o Estado e a questão cultural. In: *Comunicarte*, Campinas, São Paulo: PUCCAMP, n.18, 1993.
- SEN, Amartya. *O desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Cia. das letras, 2000.
- THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.