

A democracia e a mídia — Revisitadas

*[Democracy and the media -
Revisited]*

R E V I S T A
com **política**

revista compolítica

2017, vol. 7(2)

compolitica.org/revista

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2017.7.2.1400

 Open Access Journal

Jay G. Blumler

Universidade de Leeds
[University of Leeds]

Stephen Coleman

Universidade de Leeds
[University of Leeds]

Resumo

O modelo que dominou a análise dos sistemas de comunicação política no século XX está desatualizado em muitos aspectos. Para os autores, é fundamental reconsiderar alguns dos conceitos fundamentais da escola de pensamento de comunicação política. Para isso, eles propõem novas linhas de pensamento sobre uma definição sensível à comunicação da democracia; os propósitos da comunicação cívica; avaliações dos papéis de mídia em termos desses propósitos; o eixo política-mídia; e novos papéis dos cidadãos nas condições das novas mídias. Observando que os valores estão sempre em jogo na forma como a comunicação política é organizada, praticada e recebida, eles distinguem dois diferentes conceitos dos papéis políticos dos pesquisadores para aproveitar e melhorar a comunicação, a cidadania e a democracia – tanto como um destino visionário, como uma jornada. Concluem que ambos merecem posições proeminentes na academia.

Palavras-chave: Cidadania, Democracia, Comunicação Política, Jornalismo, Mediatização, Novas Mídias, Políticas de Comunicação.

Abstract

The model that dominated the analysis of political communication systems in the twentieth century is outdated in many aspects. For the authors, it is fundamental to reconsider some of the fundamental concepts of the school of thought of political communication. To do this, they propose new lines of thinking about a sensitive definition of democracy communication; the purposes of civic communication; evaluations of media roles in terms of these purposes; the political-media axis; and new roles of citizens in the conditions of the new media. Observing that values are always at play in the way political communication is organized, practiced, and received, they distinguish two different concepts of researchers' political roles to harness and improve communication, citizenship, and democracy – both as a visionary, like a journey. They conclude that both deserve prominent positions in academia.

Keywords: Citizenship, Democracy, Political Communication, Journalism, Mediation, New Media, Communication Policies.

A democracia e a mídia — Revisitadas

Jay G. BLUMLER
Stephen COLEMAN

Há um grande questão na qual a maioria dos estudiosos da comunicação política provavelmente concordaria hoje: o objeto fundamental de sua atenção analítica está em desuso e, possivelmente, passa por uma mudança paradigmática (cf. entre outros, Bennett e Iyengar, 2008; Blumler e Coleman, 2013; Esser e Stromback, 2014; Livingstone, 2013; Swanson, 1999).

O próprio modelo dos sistemas políticos de comunicação predominantes nas práticas e escolas de pensamento das democracias liberais no século XX foi transformado e hoje é datado em muitos sentidos. Se antes as comunicações políticas eram mais ou menos equilibradas, agora elas são abundantes – em termos de fontes, variedades de gênero e de dispositivos, localidades e momentos de recepção. A dominação de um único meio (televisão) deu lugar a uma multiplicidade de plataformas de comunicação. O que antes era um sistema de comunicação política piramidal, de cima para baixo, tornou-se uma via de mão dupla, recíproca, que perpassa todos os lares. As relações entre os principais atores de comunicação foram reconfiguradas. A política em si é hoje situada de outra forma nos sistemas sociocomunicacionais. Apesar de a cultura política, práticas e instituições terem sido permeadas por elementos sagrados e seculares – tanto na esfera de valor intrínseco como uma simples corrida para ganhar e manter poder e influência –, posicionamentos sagrados têm, ao longo do tempo, ocupado um espaço cada vez menor no pensamento e nos comportamentos de líderes políticos, jornalistas e cidadãos. As relativas uniformidade, coerência e simplicidade que, por tanto tempo, prevaleceram, agora dão lugar à complexidade, multiplicidade, variedade e interfluxos.

Tais aspectos têm desafiado a comunidade acadêmica a desenvolver novas abordagens de estudo da comunicação política. Em resposta, há um mapeamento da evolução dessas tendências transformadoras; prioridades de investigação têm sido redefinidas, e diversos novos caminhos de investigação empírica estão sendo trilhados (Graham e Dutton, 2014).

Em nossa visão, porém, ainda é preciso reconsiderar alguns dos conceitos fundamentais da análise de comunicação política. Segue a nossa contribuição sobre o assunto.

Uma definição de Democracia sensível à Comunicação

O ponto de partida desta viagem deve ser o significado de democracia. A democracia é reivindicada por muitos sistemas políticos diferentes, incluindo até mesmo aqueles com oposições restritas ou inexistentes. O conceito de democracia foi anexado ao pensamento de diversos teóricos. Stromback (2005), por exemplo, encontra quatro modelos de democracia na literatura: processual, competitivo, deliberativo e participativo. Christians et al. (2009) especifica quatro outros modelos: pluralista, administrativo, cívico e direto. A esses, pode-se adicionar (entre outros) a noção de Manin (1997) de democracia do público, e de Held (1995) de democracia cosmopolita.

É por essa razão que, assim como o filósofo W. B. Gallie (1956, p.183-187) sugeriu, o termo "democracia" é "essencialmente contestado". Gallie também se perguntou, contudo, se poderia haver alguma razoabilidade em transcender essa aparente infrutífera discussão sobre seu significado. Isso dependia, defendeu ele, da classe de conceitos à qual pertence o termo "democracia", já que este claramente não pode ser colocado no campo da ciência, onde a evidência empírica é o árbitro final; nem deve estar situado na esfera de gostos e preferências.

A democracia é, na verdade, o que ele chamou de um conceito "de apreciação", no qual o que está em jogo não são "fatos observados ou disposições psicológicas", mas o "reconhecimento de um valor que, dado à avaliação específica da situação [de uma pessoa], seria propício" para a pessoa em questão (1956). Isso abre caminho para que a razão seja introduzida em discussões sobre a definição de democracia e de suas exigências. Nas palavras de Gallie, é neste momento que passa a "ser possível explicar ou mostrar a racionalidade de um determinado indivíduo que usa continuamente o conceito em questão" ao "colocar em evidência alguma característica de... estilo de desempenho valorizado" (1956). Além disso, os debates sobre concepções de democracia e cidadania não são

necessariamente sem sentido. Eles podem esclarecer o que está em jogo quando diferentes posições são tomadas sobre eles, sobre as razões e o raciocínio inerentes a essas diferentes posições, e sobre as implicações e consequências que possam surgir delas.

Propomos adotar uma visão de democracia que tenha a vantagem de chamar atenção diretamente para o papel que a comunicação exerce em seu serviço (algo que muitos teóricos políticos, incluindo aqueles que já discutiram extensivamente os significados, valores e exigências da democracia, surpreendentemente ignoraram). Em nossa opinião, a democracia deve ser percebida sob o ideal de autodeterminação coletiva. Assim como Christians et al. descreveu em seu livro sobre teorias normativas da mídia, o “discurso público deve ser continuar a fim de que uma comunidade ou nação possa resolver os seus problemas (2009, p.65)”.

Ao todo, três importantes implicações decorrem dessa visão de democracia como um ideal. Primeiramente, sua realização se torna uma questão de mais ou menos ao invés de um em detrimento do outro. Em segundo lugar, ela quase sempre envolve disputas de poder com forças mais poderosas e tradicionais, do assim chamado "realismo" – hierárquicas, manipuladoras e institucionalmente inertes – diante das quais, entretanto, o ideal democrático mostra-se resistente e duradouro. Em terceiro lugar, esse ideal não deve ser igualado a qualquer sistema de organização política ou eleitoral – seja ele direto ou representativo, presidencial ou parlamentar, majoritário ou consensual, proporcional ou de maioria simples.

Os propósitos da Comunicação Cívica

Embora alguns importantes propósitos da comunicação cívica sejam originados desta noção de um ideal democrático, eles muitas vezes são formulados sobre ideias que não ultrapassam o senso comum, o que, em última instância, pode justificar quase qualquer discurso que seja defendido em nome da democracia. Nossa noção desses propósitos precisa ser atualizada, a fim de se tornar mais relevante, e para servir de modelo de crítica e de avaliação, e como guias para a prática comunicativa.

Cinco propósitos da Comunicação Cívica funcionariam assim:

- I. Saciar a necessidade dos cidadãos acerca da vigilância do ambiente político no que diz respeito a eles, a suas famílias, aos grupos com que eles se identificam e às sociedades em geral – de forma ampla, acessível e confiável; ou seja, sem enganação.
- II. Assegurar a regra de escolha significativa sobre questões e problemas que, em última instância, podem determinar como convivemos uns com os outros. Esse propósito, que vem do ideal liberal filosófico da liberdade de escolha como condição *sine qua non* para a realização humana, é de tão extrema importância, que deveríamos fazer uma pausa para esclarecer o que ele poderia significar para as políticas democráticas. Ele não é sinônimo de imparcialidade no tratamento de opiniões políticas opostas – por mais desejável que ela possa ser. Afinal, essas reconhecidas diferenças ideológicas entre as correntes dominantes de pensamento podem oferecer aos cidadãos escolhas relativamente restritas e limitadas. Se por um lado, isso pode levar a frequentes queixas de que "são todos farinha do mesmo saco", por exemplo, ou a críticas radicais que condenam o capitalismo neoliberal, por outro, ele não deve ser comparado a uma prontidão para manter a aliança entre os principais concorrentes organizados pelo poder – ou seja, os grandes partidos políticos. Em muitos países, o debate político tem se tornado menos polarizado com a entrada de um significativo número de grupos de ativistas na esfera pública. Para eles, os partidos tradicionais já não são mais os veículos adequados para alcançar seus objetivos. E a regra não funciona bem em uma sociedade como os Estados Unidos, fortemente dividida entre campos políticos tão polarizados tanto ideologicamente quanto agressivamente. Embora tal situação possa fazer parecer com que haja mais alternativas, a escolha é limitada em vez de alargada para o cidadão menos ideológico. E quando essas forças opostas se confrontam em suas trincheiras ideologicamente escavadas, a informação tende a se tornar um instrumento de guerra, e não um auxílio para o entendimento (Jack M. McLeod, comunicação pessoal, 7 de julho de 2014). Em vez disso, ao mostrar como uma

questão importante deve ser abordada ou um problema deve ser resolvido, os critérios de escolha significativa ajudam a esclarecer o que realmente está em jogo.

- III. Proporcionar oportunidades inclusivas para todas as partes da sociedade que poderão ser afetadas por políticas, ou que tenham opiniões sobre abordagens alternativas à política, para que elas sejam reconhecidas e consigam fazer com que suas vozes sejam ouvidas. Tal propósito decorre do sentido básico de que, ao contrário de outros sistemas, nas democracias todos os cidadãos têm o mesmo direito de serem bem informados e levados em consideração sobre decisões que dizem respeito a eles.
- IV. Para obrigar os detentores de todas as formas significativas de poder (político, econômico e cultural) a justificar seu mandato e garantir que, na medida do possível, o exercício de seu cargo esteja prestando a um interesse público. Para a realização desse propósito, é fundamental a independência dos principais meios de comunicação de outras fontes de poder, graças ao papel de vigilância da mídia, de seu dever de investigar abusos suspeitos e de "dizer a verdade ao poder".
- V. Fornecer vias de comunicação e diálogo entre os cidadãos e os tomadores de decisão, para que estes possam oferecer oportunidades reais aos primeiros, e para que os cidadãos possam conhecer melhor seus eleitos. Embora a mídia tente há muito responsabilizar os mais poderosos perante o público, esses padrões são mais sutis na hora de responsabilizar os cidadãos por elegerem seus representantes. Ao abrir tais linhas múltiplas de comunicação transversal, a mídia poderia contribuir para um discurso democrático enriquecido em que as distâncias sociais são ultrapassadas e os modos políticos de "abordar as massas" dão lugar a conversas mais fluidas.

Como a própria democracia, todos esses propósitos de comunicação cívica são concebíveis como ideais, que podem ser realizados em maior ou menor grau. No entanto, eles terão uma chance muito maior de serem realizados em sociedades com comunicação e políticas econômicas e sociais igualitárias. Eles também precisam ser apoiados por certos aspectos

da cultura política, como a consciência de que os humanos falham. Ou seja, todos os atores políticos – políticos, jornalistas, comentaristas e cidadãos (mesmo acadêmicos!) podem errar em suas seleções e interpretações de informações e em suas ideias de avanço e mudança política. Outro aspecto é o respeito pela diferença como característica incorporada da condição humana, refletida nos variados objetivos de vida que as pessoas possuem, os modos de vida que eles podem valorizar e desfrutar, e as formas de pensar sobre o mundo ao seu redor e em como entretê-lo. Um terceiro aspecto requer ainda uma apreciação sutil e complexa da interconectividade das coisas. Isso significa dizer que questões políticas, problemas e condições devem sempre ser considerados dentro de um panorama maior, e não como especificações isoladas, mas em contextos mais amplos, muitas vezes com contrapartidas no que diz respeito à política.

De fato, é essencial que a própria escola de comunicação política esteja consciente desse reconhecimento. Por um lado, suas análises devem refletir o fato de que, na maioria das sociedades complexas e industrializadas, as mensagens políticas emanam de um sistema de comunicação política consolidado, moldado pelo contexto da cultura política, do sistema político e de seus principais atores. Além deles, unem-se ainda as organizações midiáticas, o papel dos jornalistas, e as mais variadas orientações para a política de diferentes tipos de cidadãos e receptores de comunicação. Por outro lado, porém, é fundamental perceber que tudo que gostaríamos de saber sobre todo esse assunto não pode ser compreendido de uma só vez. A aquisição de entendimentos maduros e seguros dos fenômenos de comunicação política deve ser um processo compartilhado, de tentativa e erro, baseado em uma filosofia do "empirismo holístico" (Blumler, 2011).

Avaliações do processo de Comunicação Política

No ensaio *Sistemas de Comunicação Política e Valores Democráticos*, Gurevitch e Blumler discutiram "as tensões e disparidades entre os ostensivos ideais democráticos que os meios de comunicação de massa devem servir e as estruturas e práticas de comunicação que realmente prevalecem" (1990, p.269-270). Como uma avaliação atualizada dessa

relação pode parecer um quarto de século depois? Como a principal corrente de Comunicação Política se acumula hoje como um instrumento desses propósitos cívicos que descrevemos acima?

E quanto ao atendimento das necessidades de vigilância dos cidadãos? A provisão de informações é, naturalmente, a razão de ser do jornalismo, algo pelo qual todos os seus profissionais reivindicam uma responsabilidade especial. No entanto, há uma distinção clara entre os jornais *standard* e tabloides, e entre os organismos públicos e privados, tanto na quantidade quanto no tipo de informações política que eles fornecem. Essa diferença se dá na gestão de escolha entre notícias mais sérias e importantes e outras mais leves. Em um estudo massivo realizado em 27 nações, com análises e estatísticas sofisticadas e uma rigorosa metodologia, Fraile e Iyengar (2014) forneceram a última palavra sobre os efeitos dessa diferença na conscientização do público. Como eles disseram, suas evidências mostram de forma convincente que "a exposição a mídias orientadas para as notícias importantes [...] produz ganho significativo de informações, enquanto a exposição a veículos de notícias mais leves, não" (Fraile e Iyengar, 2014). Essa exposição permite que os leitores politicamente indiferentes dos jornais alcancem, até certo ponto, leitores mais conscientes politicamente.

Uma distinção relacionada pode ser estabelecida entre os veículos públicos e comerciais, e em como eles tendem a compor histórias políticas. A pesquisa longitudinal documentou uma crescente tendência entre os apresentadores de notícias, em todas as organizações midiáticas (qualquer que seja sua fonte de receita), em se envolverem no chamado "jornalismo explicativo" – isto é, complementar os fatos sobre eventos políticos com comentários interpretativos, expressados por jornalistas (Fink e Schudson, 2014). No entanto, enquanto os repórteres de organizações comerciais tendem a adaptar suas observações à vida cotidiana da audiência, as emissoras públicas – como uma questão de política, organização e pessoal – investiram mais fortemente na análise das notícias e visam, além disso, contextualizar os assuntos, tanto em termos de tendências econômicas, como de implicações políticas (Lischka, 2014). Além disso, pesquisas empíricas sugerem que esta abordagem vale a pena na aprendizagem do cidadão (Fraile, 2013).

Essas avaliações positivas do jornalismo mais sério, no entanto, devem ser condicionadas a duas considerações pouco reconhecidas. Em primeiro lugar, pouquíssimos são os pesquisadores deste campo que contribuíram com algum *insight* sobre a pesquisa da teoria agenda-setting. Afinal, grande parte das informações apresentadas na mídia e adquiridas por seus consumidores serão delimitadas e relacionadas estritamente às questões e aos problemas que foram escolhidos para cobertura por jornalistas políticos. Ajudar a entender mais sobre os desenvolvimentos de consequências e ajudar a fortalecer as habilidades dos cidadãos para responsabilizar governantes são questões diferentes. O ganho de informação, então, pode ser uma benção qualificada – depende dos processos anteriores de seleção jornalística. Em segundo lugar, deve ser dada mais reflexão à distinção entre dois tipos diferentes de material contextual que os jornalistas sérios, por mais objetivos e neutros que pretendem ser, podem apresentar aos membros da audiência. É como se, por um lado, eles pudessem ser pintores de paisagens, nos quais os eventos e reivindicações relatados podem ser localizados, embora deixem os cidadãos-observadores direcionar seu olhar sozinhos, e encontrar a melhor forma interpretá-lo. Por outro lado, eles podem operar mais como fotógrafos, que focalizam suas lentes de câmera mais acentuadamente em algum objeto de presumido significado político – isto é, em formas alternativas de enfrentar e lidar com as questões-chave de um período. Claro que essas abordagens não são mutuamente exclusivas, mas a segunda tem indiscutivelmente mais chances de servir ao valor da "escolha informada", especialmente para os cidadãos com dificuldades de atenção limitadas que habitam o atual ambiente de abundância de comunicação.

O quão bem a mídia atende ao propósito de fornecer uma escolha significativa em relação a assuntos polêmicos? Nas democracias liberais, este critério é atendido em certa medida em duas condições: a primeira durante as campanhas eleitorais, quando há uma evolução na cobertura da mídia e a divulgação das diferenças entre os principais partidos políticos concorrentes na ampla direção de viagens ao longo das quais o governo deveria ser levado nos próximos anos. Como Katz declarou uma vez, "as campanhas eleitorais, por todas as suas falhas, podem ser a principal experiência de aprendizagem das políticas democráticas" (1971, p.304). Mesmo esta ampliação de escolha, contudo, pode não ser uma benção. Ao destacar e concentrar-se em certas questões, o enquadramento da campanha e os relatórios podem paralisar uns aspectos e negligenciar outros. Os compromissos de campanha podem

ser descaradamente ignorados depois (Coleman e Blumler, 2011). Além disso, as formas alternativas de implementação de ideias políticas que foram desenvolvidas no manifesto do partido vencedor terão de ser divulgadas mais tarde nos conselhos internos de ministros e funcionários (King e Crewe, 2013), com possivelmente pouca consideração pelas opiniões e necessidades de pessoas que podem ser profundamente afetadas pelo que é decidido.

Em sua teoria de indexação das relações imprensa-Estado, Bennett (1990) postula outra condição quando uma escolha política bastante definida pode ser apresentada e debatida na mídia. É quando as diferenças entre as elites de uma sociedade sobre uma questão se tornam tão grandes e abrangentes que os jornalistas são quase obrigados a abordá-las de vários ângulos. Mas, como Bennett também aponta, devido à sua inclinação para a novidade e à sua aversão à complexidade desordenada, o jornalismo político realmente ventila essas questões em profundidade, mas só raramente de forma ampla. Além disso, as janelas de oportunidade para a provisão de escolha podem muitas vezes ser fechadas pela prática comum de "enquadramento" de notícias. Como Blumler e McQuail explicaram: "Nenhuma questão geralmente é apresentada 'nua' nas notícias" (2001, p.234). Elas são frequentemente "vestidas" explicitamente ou indiretamente em quadros que indicam ou implicam o surgimento da discussão em questão, os problemas que resultam destes questionamentos para a sociedade, quem ou quais atores ou condições eram responsáveis pela ocorrência e quais soluções apresentadas são mais dignas de consideração. Conseqüentemente, como disse Robert M. Entman, o enquadramento de notícias "define os limites do discurso sobre um problema" (1993, p.55) e, provavelmente, é mais influente no que exclui da consideração, o que, em caso afirmativo, categoricamente viola o princípio da escolha significativa.

É por essa razão que o jornalismo tem a necessidade de trazer enquadramentos alternativos ao pensamento majoritário. Assim, as matérias tentam, por exemplo, apresentar tanto os diagnósticos dos economistas keynesianos da recente crise financeira quanto as observações daqueles que culpam o público pelos excessivos déficits; mostrar a necessidade de se aumentar os gastos com o Estado de bem-estar em serviços públicos, além da importância de diminuí-los; descrever a imigração como um processo enriquecedor e não como ameaçador.

Mas a necessidade normativa do jornalismo em manter enquadramentos alternativos em jogo e não concentrar todas as suas estratégias em angulações únicas não deve ser confundida com a norma de imparcialidade. Isso porque a imparcialidade pode ser realizada conscientemente, ao se reportar diferentes opiniões sobre problemas que foram previamente definidos pelos lineamentos de um quadro de referência predominante.

Mas e como fica a inclusão? Em nossa opinião, o jornalismo tradicional é reprovado constantemente neste teste. É natural que os jornalistas se voltem para figuras de elite (para "fontes credenciadas", como diriam Hall et al. [1978]). Isso porque elas são articuladas, estão próximas dos locais onde são tomadas as decisões, e confiáveis para opiniões sobre as questões do dia. Mas o lado nocivo dessa moeda acaba sendo uma regular, persistente e sistemática exclusão e distorção das situações, experiências, necessidades, reivindicações e pontos de vista dos grupos mais marginalizados da sociedade, que estão nas escalas mais baixas de poder, conhecimento e confiança (Bennett, 1996; Hayes e Guardino, 2010; Zaller e Chiu, 1996).

Pensamos, a este respeito, na comunicação miserável que chega às classes mais pobres, dependentes de assistência social, aos moradores dos guetos, às minorias étnicas, aos imigrantes e às pessoas que dependem de asilos, além dos jovens que contam com pouca educação e oportunidades de vida. Na Grã-Bretanha, até mesmo líderes e representantes sindicais. Esta não é uma receita para estereótipos enraizados e injustiça sustentada. É uma realidade que priva o corpo político de informações relevantes para as questões que o resto da sociedade imagina estar equipado para enfrentar.

O veredicto sobre o papel da comunicação para a responsabilidade política nas democracias liberais pode ser mais positivo. O resultado do jornalismo investigativo aparece com bastante frequência na mídia hoje em dia – talvez porque combine perfeitamente a busca de um propósito cívico com as perspectivas de atrair a atenção do público em meio à confusão das inúmeras tentativas dos jornais rivais de fazer o mesmo. Há uma maior preocupação em defender os direitos de grupos anteriormente menos protegidos (por exemplo, crianças, pessoas doentes, vítimas de estupro) bem como pressões para acabar abusos anteriormente mais tolerados (por exemplo, esquemas de evasão fiscal, hacking telefônico por jornalistas de tabloides, bônus excessivos a banqueiros e reivindicações de

despesas extravagantes dos membros do Parlamento britânico). Exige-se às autoridades públicas maior transparência sobre seus processos de tomada de decisão. Tudo isso pode ser atribuído em parte à performance dos meios de comunicação de massa, a que Lazarsfeld e Merton (1948) chamaram de "aplicação das normas sociais".

No entanto, o trabalho de jornalismo investigativo não é um processo regular e inalterável. Há uma variação entre motivação, compromisso, alvos, disponibilidade de recursos e diversidade de técnicas. Goddard, Corner e Richardson (2007) apresentaram um estudo de caso detalhado e esclarecedor sobre as mudanças na prática investigativa do programa *World in Action*, do canal inglês Granada Television. Durante três décadas, eles avaliaram tanto as mudanças exógenas (nos sistemas político, econômico e regulatório), como as condições internas (por exemplo, o rigor financeiro) do país. O fato é que o jornalismo investigativo pode ou não ser relevante para um interesse público reconhecível; mais ou menos responsável em sua colheita e interpretação de evidências e em seu respeito pelos direitos e potencial vulnerabilidade de todos os indivíduos envolvidos ou afetados pela publicação das revelações em questão; mais ou menos indulgente em generalizações injustificadas de casos individuais; e mais ou menos ligados a fontes de poder, com seus próprios interesses pessoais.

E a criação de um canal de comunicação de intercâmbio e de diálogo entre cidadãos e tomadores de decisão? Embora com a chegada da internet no cenário da comunicação política, esses canais tenham se multiplicado e estejam sendo cada vez mais utilizados, o cultivo de entendimento mútuo entre os comunicadores participantes ainda é uma perspectiva remota. Na verdade, é precisamente por causa do significado decrescente do modelo de transmissão pública industrial da comunicação pública e do surgimento do zumbido incessante de interações em rede – nas quais muitas vezes é difícil distinguir entre ruído de tendência e sinais significativos – que os jornalistas puderam adotar uma nova função como curadores e intérpretes da comunicação pública. O papel de guia para organizações de mídia democraticamente inclinadas é especialmente importante a este respeito: além de dar sentido ao que está sendo expresso no crescente ambiente midiático, elas deveriam auxiliar as pessoas menos alfabetizadas (em muitos sentidos) e menos bem-

informadas, a fim de encontrar pontos de entrada que levem a formas de expressão pública que possam aumentar sua eficácia.

O eixo político-midiático

A contínua preocupação dos estudiosos da comunicação política com as reviravoltas na interligação fundamental entre as instituições políticas e midiáticas, políticos e jornalistas exige uma nova visita (para pormenores sobre essa preocupação ver Swanson, 1992; Blumler e Gurevitch, 1981; 1995; Iyengar e Reeves, 1997; Graber, McQuail e Norris, 1998; Hallin e Mancini, 2004; Pfetsch, 2014). Ao longo do tempo, essas relações têm sido encontradas no estado em que Blumler (2014) define como "fluxo estrutural", e o que parece ser uma nova conceitualização delas tem permeado constantemente a erudição da comunicação política desde a virada do século XXI (de aproximadamente Mazzoleni e Schulz [1999] para Esser e Stromback [2014]). Chamada de "teoria da mediatização", refere-se a um suposto processo pelo qual as instituições políticas, seus líderes e membros sentem-se obrigados – ou motivados – a adaptar as mensagens para o consumo público aos valores-notícia, às rotinas das redações e à cultura jornalística predominantes na sociedade. Segundo Esser e Stromback (2014), seus dois conceitos principais são a lógica política e a lógica midiática, que abrangem diferentes "lógicas de adequação" para orientar o comportamento, o pensamento e a tomada de decisões nas diferentes esferas da política e da mídia. É dito que a lógica política se aplica a processos de coordenação, equilíbrio e agregação de interesses, e que ela ajuda a organizar negociações e a definir escolhas políticas, elaborando programas de ação por meio de deliberações e decisões coletivas. Em contraste, porém, a lógica midiática é uma maneira bastante diferente de ver e interpretar assuntos sociais e políticos. Dependendo de quem escreveu uma matéria, a lógica midiática pode favorecer a espetacularização e a dramatização, a brevidade, o atrativo e o entretenimento, a personalização (incluindo os brilhantes holofotes nos principais líderes políticos) e a recontextualização de posições sobre eventos em narrativas (ou o que os jornalistas chamam de "boas histórias"). De acordo com a teoria, a mediatização é um processo (não apenas um estado existente), no qual a lógica midiática está colonizando

cada vez mais o âmbito da lógica política, enfraquecendo o status e a influência desses últimos sobre os próprios políticos, não só como jornalistas, mas também como tomadores de decisão.

Do ponto de vista cívico, as consequências da mediatização podem ser muitas, substanciais e preocupantes. Isso porque elas derivariam desses imperativos em que os jornalistas tendem a pressionar líderes políticos e até mesmo seus colegas para serem (ou parecerem) ágeis, inovadores e relevantes; ativos (para evitar o castigo jornalístico, que é a hesitação); impressionantes em seus objetivos, metas e conquistas; e combativos (o conflito é o primeiro valor-notícia). Esses imperativos tendem a priorizar a reportagem do jornalista e as respostas de políticos midiáticos sobre questões de curto prazo em detrimento das de longo prazo (como as mudanças climáticas e o meio ambiente, a conservação de habitats e espécies ameaçados, as tendências populacionais em meio a uma sociedade que envelhece, o futuro dos serviços públicos e o Estado de bem-estar social, o futuro do ensino superior e a realização de um grau aceitável de justiça distributiva em meio a desigualdades arraigadas de riqueza e renda).

Além disso, eles tenderiam a incentivar bate-bocas entre políticos de oposição – que, segundo já mostraram repetidamente as pesquisas, muitos eleitores acham censurável. Eles também podem levar os líderes midiáticos a simplesmente desconsiderarem compromissos políticos que tenham assumido em um ambiente de notícias aparentemente propício em um certo momento, apenas para mudar de assunto quando a agenda de notícias se concentrar em outras questões. Todas essas tendências podem desapontar o eleitorado, pois o que as pessoas percebem e adquirem com a política, muitas vezes, não é o que elas foram levadas a esperar. Com isso, surgem sentidos de desilusão, cinismo e a famosa "crise de desengajamento" que os políticos muitas vezes lamentam, mas parecem não conseguir superar.

Apesar da elaboração impressionante de seus criadores, é necessário repensar a teoria da mediatização. Como afirmam Deacon e Stanyer (2015), a centralização da mídia a impede de perceber características da lógica política que ainda podem ter algum poder remanescente e a que alguns políticos e formadores de opinião podem querer aderir, de diversas formas. Tanto pensando em si mesmos, por exemplo, como envolvidos na luta em

favor de certos ideais políticos comprometidos com crenças e objetivos pessoais, como na capacitação para as pessoas que eles representam. Por conseguinte, os propósitos políticos e de publicidade podem estar em alguma tensão um com o outro, impondo aos políticos, às vezes, um tipo de ato de equilíbrio, adaptando-se, mas não necessariamente – sempre adotando a lógica midiática. Os pressupostos de que os recursos da lógica política estão praticamente esgotados e se dirigem para um caixote político podem ser, portanto, prematuros.

O estudioso holandês Remko van Broekhoven (2014) tentou recentemente teorizar essa tensão, voltando ao ensaio clássico *Política como uma vocação*, de Max Weber (1919). Para Broekhoven, as abordagens dos políticos para os meios de comunicação e para o público não são necessariamente calculistas e manipuladoras. Eles também podem considerar a busca da política como uma vocação, envolvendo as qualidades (como especificadas por Weber) de paixão, proporcionalidade e responsabilidade. Ambas as vertentes podem ser encontradas no mesmo líder político, apesar de se alternarem de vez em quando. Assim, uma certa quantidade de ambivalência pode existir nos sistemas de comunicação política democrática – não apenas em políticos, mas também em jornalistas e cidadãos. O problema é que a combinação dos sistemas econômicos, políticos e midiáticos predominantes não prestam um grande apoio aos lados vocacionais das naturezas cívicas dos atores políticos.

Dito isso, há sinais de que alguns teóricos da mediatização estão começando a reconhecer que o tráfego entre mídia e política não funciona ao longo de uma via unidirecional, mas sim em uma multiplicidade de interações recíprocas com consequências variáveis (por exemplo, Marcinkowski e Steiner, 2014). A condução de estudos de casos empíricos (que estão em seu auge) das tentativas dos vários grupos políticos de atrair a atenção da mídia e, portanto, o apoio público às suas causas pode acabar por encorajar revisões intelectuais. Tais revisões, porém, levam em consideração recursos à disposição de instituições políticas e de atores que, às vezes, lhes permitem resistir à colonização dos meios de comunicação, perseguir seus objetivos com integridade e preservar algumas de suas identidades.

Uma questão resumida, raramente abordada, surge então da análise até agora. Um sistema de comunicação política, em que a maioria das ideias, esforços para mudar, impressões e

informações sobre os assuntos públicos devem passar por filtros jornalísticos, é suficientemente bom para a democracia? Uma posição sobre isso pode sustentar que simplesmente temos que aceitar tanto a parte "boa" como a parte "ruim" do desempenho jornalístico. A dificuldade dessa resposta é que ela prevê a aceitação de uma alienação generalizada como um fato enraizado e inflexível da vida política. Uma posição oposta, com a qual estamos mais inclinados a concordar, considera as instituições jornalísticas tradicionais um “sujeito excessivamente poderoso”, segundo chamam os historiadores, e que sua parte “ruim” é inimiga do ideal de autodeterminação coletiva. Se assim for, a mais perniciosa ideia alçada pela corrente do jornalismo tradicional é provavelmente sua sujeição de questões e eventos políticos ao inescapável enquadramento predominante, ou até mesmo único. As consequências dessa prática podem colocar os políticos em uma das duas situações: eles podem tanto ceder a ela quanto podem protestá-las. Mas, ao fazerem isso, podem parecer como se estivessem protestando contra a própria realidade!

Novas mídias – Novos cidadãos?

Até agora, falamos pouco sobre o papel outrora conhecido como “o público” na comunicação política. No estudo sobre o caso de Watergate nos Estados Unidos enquanto um evento comunicacional, Gladys Lang e Kurt Lang (1983) se referiram ao público como “espectadores” que, na maioria das vezes, faziam muito pouco além de observar o que estava se passando. Eles poderiam (ou não) formar opiniões, mas, diferentemente daqueles que tomavam decisões e formulavam políticas, suas opiniões não poderiam ser implementadas. Desde então, o papel dos cidadãos na comunicação política – sem sombra de dúvida – mudou, e continua a mudar, graças principalmente ao surgimento da abundância midiática e ao advento da internet. Para compreender essas mudanças, particularmente em relação ao desempenho cívico da audiência/público, é preciso inovar na formulação de conceitos. Por um lado, há um desejo de resistir ao tipo de hipérbole tecnocrática que frequentemente atribui qualidades determinísticas à internet, e noções essencialistas de “políticas” que tendem a confinar ações cívicas a um repertório participativo, restrito pelos imperativos dos jogos políticos instrumentais – e muitas vezes

maquiavélicos. Por outro, observamos um bom número de tendências que torna necessário reconsiderar os papéis dos cidadãos enquanto audiências (e audiências enquanto públicos civis ativos) em uma era da mídia pós-industrial. Para elaborar sobre esses catalisadores da inovação conceitual, consideremos quatro aspectos de mudanças que deveriam inspirar novos pensamentos.

Primeiramente, a abundância informacional tem um impacto confuso sobre a capacidade dos cidadãos de saber mais sobre o mundo político em que vivem. A gama de lentes através das quais certas dinâmicas de poder podem ser observadas, desde o nível mais local ao mais global, certamente é mais ampla do que já foi na época em que jornais de abrangência nacional e emissoras exerciam um controle estrito sobre a agenda noticiosa. Mas a tendência majoritária é que as já estabelecidas vozes dos meios de massa e das elites políticas continuem a ser dominantes no mundo online, pelo menos em termos do número de pessoas alcançadas (Hindman, 2008; Schlozman, Verba e Brady, 2010; Webster, 2014). Enquanto as fontes de conteúdos originais expandiram, o mesmo não aconteceu com as tecnologias de navegação, já que apenas poucos mecanismos de busca (no caso da internet) e guias de canais (no caso da televisão digital multicanal) são responsáveis por moldar os caminhos percorridos pela audiência. Ou seja, é prematuro falar sobre uma multiplicação de fontes e competição de canais. Mesmo assim, pesquisas mostram que, quando as pessoas apresentam alto engajamento em redes sociais mediadas, como o *Facebook* e o *Twitter*, nas quais as agendas são difundidas por meio de círculos de amizade próximos e distantes, elas frequentemente são expostas a ideias, relatos e campanhas que não teriam lhes chamado a atenção por meio do ambiente midiático tradicional (Xenos e Moy, 2007; Conroy, Feezell e Guerrero, 2012; Hargittai e Shaw, 2013; Vromen, Xenos e Loader, 2014). À medida que surjam mais evidências sobre isso (Shaw e Weaver [2014] e Neuman et al. [2014] começaram de forma promissora) pode ser o caso de revisar a tradicional teoria do agendamento, e considerar como algumas agendas contemporâneas se formam por meio de um processo de redes interdependentes, porém não coordenadas.

Considerando que as antigas audiências tendiam a receber informações políticas em horários determinados e de um número limitados de veículos da grande mídia – seja de forma deliberada ou acidental, dependendo do caso –, atualmente existem muito mais

formas pelas quais essas mensagens podem ser acidentalmente encontradas. O novo ambiente de comunicação política também é mais poroso, fragmentado e antitético à palavra final sobre qualquer assunto. Mas também há uma percepção que a abundância informacional aumenta as oportunidades para que os próprios cidadãos exerçam a fiscalização democrática, buscando por si mesmos histórias não contadas e dados não divulgados. Comparem relatos encontrados em sites e canais globais radicalmente divergentes; e, de tempos em tempos, acrescentem suas próprias notícias, visões e testemunhos ao apanhado geral. A nova abundância de mídias, portanto, coloca algumas questões problemáticas para os estudiosos da comunicação política. Com tantas oportunidades para escrutinar os assuntos públicos, sob tantos pontos de vista, ainda é possível falar sobre uma visão compartilhada da realidade social? Quando boa parte da exposição à mídia se dá de forma inadvertida, o que acontece com aqueles que nunca se encontram expostos ao tipo de informação política básica que dá sustentação a um senso compartilhado de ser um cidadão de uma comunidade local, nacional ou transnacional? Quando padrões de exposição às mídias são profundamente fragmentados, será que isso significa que as pessoas estão olhando para o mundo com uma gama muito maior de perspectivas ou será que os grupos ideológicos se comportam como uma manada, frequentando somente determinados sites que reforçam suas predisposições inflexíveis? Estas são questões empíricas que alguns acadêmicos estão começando a explorar (Garrett e Resnick, 2011; Webster and Ksiazek, 2012; Mancini, 2013; Waisbord, 2014).

Se por um lado, questões sobre a heterogeneidade do público e suas implicações para a coesão cívica são importantes, por outro, precisamos ser sensíveis aos perigos de conceber a cidadania de forma monolítica e essencialista. As formas de aquisição de conhecimento que tradicionalmente são vistas como pedras angulares da “boa cidadania” tendem a refletir uma série de pressupostos sobre “o que os cidadãos precisam saber”. Consequentemente, às vezes, as avaliações sobre os efeitos das mídias políticas parecem saídas da sala de aula: o “sucesso” da comunicação cívica reflete uma estreita gama de efeitos normativos que tendem a reproduzir uma imagem da audiência enquanto consumidores e seguidores, e não como criadores de narrativas políticas. Uma vez que recentemente o conceito de cidadania enquanto um relacionamento inerentemente pluralista, contestado e performático tem ganhado mais espaço (Blaug, 2002; Miller, 2007; Smith, 2009; Coleman e Blumler, 2009;

Isin, 2009; Dahlgren, 2009), torna-se necessário reconsiderar a noção de “conhecimento cívico”, conectando-a às várias práticas emergentes pelas quais as pessoas não apenas encontram informação, mas também se percebem implicadas interativamente em sua construção, circulação e revisão. No lugar da transmissão linear do conhecimento cívico, que supostamente permite que as pessoas efetivamente se tornem cidadãs, a abordagem da capacidade, tal como desenvolvida por Sen (1999) e Nussbaum (2011), oferece um promissor quadro teórico para reconceituar as necessidades informacionais das audiências e públicos. Rejeitando a noção de normas de democracia impostas, o que parece inerentemente paradoxal, os teóricos das capacidades argumentam que as necessidades precisam ser construídas pelas próprias pessoas, refletindo sobre seu próprio senso de direitos constituídos e como efetivamente obtê-los. A aplicação da abordagem das capacidades aos desafios específicos da comunicação política tem sido rara (Garnham, 1999; Coleman e Moss, 2014), mas consideramos que há um escopo razoável para utilizá-la como uma forma de explorar potenciais formas de desempenho cívico na era de abundância midiática.

Um segundo desenvolvimento na comunicação política que deveria suscitar novas formas de pensar sobre conceitos fundamentais está relacionado à natureza de ações coletivas em uma era caracterizada pela dissolução de hierarquias centralizadas, e pela emergência daquilo que Castells (1996) chama de “fluxos instrumentais, e códigos culturais, entrelaçados nas redes”. A política modernista vem sendo tradicionalmente definida por ações coletivas programadas para influenciar o que Easton (1953) chamou de “alocação autoritária de valores”. Tais ações coletivas sempre foram mais fáceis para pessoas mais ricas e com mais poder político, porque elas têm mais facilidade para se encontrar e se conectar umas com as outras. Em contraste, organizações de pessoas mais pobres, como sindicatos, manifestantes e minorias espalhadas, tendem a encontrar obstáculos para coordenar seus esforços em longas distâncias. É importante perceber que, de certa forma, a internet corrige esse desequilíbrio, por meio da criação de um espaço para coordenação coletiva relativamente barato. Em ambientes digitais, as pessoas ficam sabendo umas sobre as outras, tanto em tempo real quanto de forma assíncrona. Mobilizações políticas se tornam uma questão de visibilidade mútua. À medida que o conteúdo político circula via tecnologias digitais que viabilizam redes extensas e relativamente coerentes, organizadas

de forma diferente das hierarquias da política modernista, a ação coletiva é cada vez mais adaptada pelo que Bennett e Segerberg (2012, p.753) se referem como “a lógica da ação conectiva”. Nas palavras dos autores:

Redes de comunicação personalizada mantidas pela tecnologia envolvem mais do que a simples troca de informações ou mensagens. A natureza flexível, recombinante do DNA faz dessas esferas da web e suas extensões off-line mais do que meros sistemas de comunicação. Essas redes são organizações flexíveis em si mesmas, que muitas vezes permitem ajustes coordenados e ações rápidas para deslocar os alvos políticos, e até mesmo ultrapassar limites geográficos e temporais no processo (Bennett e Segerberg, 2012, p.753).

Embora esses novos movimentos conectivos ainda não tenham se tornado a forma dominante de coordenação política, suplantando antigos modelos de afiliação institucional, suas potenciais implicações para a comunicação política são enormes. Ao permitir que se desenvolvam formas inovadoras de conexão política não oficiais, informais e transnacionais, o novo ambiente midiático nos compele a reconceituar alguns dos componentes mais importantes da pesquisa na área de comunicação política, como o estudo de campanhas políticas, movimentos de protesto e opinião pública. Falta frescor à noção de uma esfera política baseada em conjuntos físicos, centros institucionais e difusão simbólica controlada. Aqui se situa uma outra área na qual deveríamos pensar seriamente sobre a relação entre a mídia e a democracia. Se como Bennett, Segerberg e muitos outros acadêmicos recentes (Howard e Hussain, 2013; Sampedro e Lobera, 2014; Theocarlis et al., 2014) sugeriram, os termos de ação política efetiva não são mais o que eram, precisamos trabalhar reiteradamente sobre uma nova tipologia de mobilização, coordenação e eficácia política. Isso pode divergir em importantes aspectos das bem estabelecidas noções sobre as implicações do comportamento político. Por exemplo, dicotomias convencionais entre os papéis de líderes e seguidores podem não ser mais particularmente úteis para tentar entender movimentos que são, cada vez mais, acéfalos; classificações ideológicas podem ter que ser redefinidas; pré-concepções sobre os limites da participação efêmera podem precisar ser revistas; e distinções conceituais entre a radiodifusão e a difusão via redes pode precisar ser reavaliada. Mas também são necessários estudos de caso, pensados de forma a

jogar luz sobre a grande questão, se essas transformações estão mais propensas “a uma esfera pública de cacofonia do que a uma de coerência” (Blumler e Coleman, 2001, p.12).

Um terceiro fator que muda a relação entre a mídia e a audiência é a interatividade digital. O potencial de obter um feedback do receptor é algo central à internet, oferecendo esperança de um relacionamento mais dialógico entre usuários, e de uma diminuição das fronteiras entre produção e recepção. A pré-concepção monológica dos meios de comunicação analógicos era a de que a audiência, por mais ativa e interpretativa que fosse, era essencialmente uma entidade de massa à qual se poderia dirigir. Em contraste, a comunicação digital resiste à lógica do que Postman (1986) chamou de “conversa de mão única”. À medida que a interatividade da mídia horizontal compete com hábitos tradicionais de assistir e ouvir, torna-se mais difícil manter distinções entre a comunicação de massa e a interpessoal. Tradicionalmente, a última é associada à interação presencial, mas, no momento em que encontros sociais podem tanto acontecer pelo *Facebook* ou *Twitter*, quanto no espaço físico, torna-se necessário pensar em termos do que Baym e Boyd (2012) chamaram de “estado público mediado socialmente”. Ao mesmo tempo, a internet facilita elementos de comunicação em massa pelas redes, por meio de sites como o *YouTube*, que permite que indivíduos ou grupos se apresentem a notáveis audiências globais sem precisar passar pelo crivo do profissional de comunicação. Como deveríamos conceituar esses novos padrões de formação de público? Em que sentido um debate político entre duas pessoas no *Facebook* é um evento diferente do que acontece em bares, salões comunitários ou reuniões de sindicato? Como que um vídeo produzido por adolescentes no seu quarto e depois assistido por centenas de milhares de pessoas no YouTube não é um produto de comunicação de massa? As classificações conceituais entre e dentro da comunicação de massa e interpessoal precisam ser repensadas.

Um quarto conjunto de mudanças está relacionado às políticas que, como outros pontos levantados aqui, suscita questões conceituais sobre em que medida a mídia pode servir à democracia. De um lado, quando, no passado, um pequeno número de fontes de comunicação dominava a cena, parecia possível regular de forma relativamente eficiente as expressivas relações entre autoridades, políticos, jornalistas e membros do público. Mas as respostas do Estado a conteúdos ofensivos, difamatórios, abusivos ou incendiários têm

se mostrado extremamente difíceis de conceber ou colocar em prática, dada a proliferação de canais de internet e o surgimento de um ambiente no qual os fluxos de comunicação frequentemente não se limitam às fronteiras ou às leis de estados-nação individuais. Um dos efeitos da globalização é que a livre movimentação de recursos simbólicos pode ser tão inexplicavelmente e imprudentemente ilimitada como a descontrolada circulação de capital. Em certo sentido, esta é uma das grandes forças da política digital, especialmente no contexto de regimes políticos que, até agora, vinham conseguindo manter de forma relativamente fácil um certo nível de controle sobre o fluxo de informação e debate públicos. Mas a desregulamentação da mídia também abriu espaço para a intervenção das corporações na esfera pública, sujeitando um grande número de pessoas envolvidas em discussões políticas pelas mídias sociais à vigilância comercial, incluindo até mesmo tentativas de manipular ambientes de informações pessoais. Acadêmicos, portanto, devem se desafiar a monitorar e divulgar esses desenvolvimentos, mantendo em mente a formulação de possíveis respostas políticas.

Por último, a mais ambiciosa (e, em nossa opinião, mais bem sucedida) tentativa de elaborar um órgão democrático de comunicação cívica – serviço público de radiodifusão – está ameaçada. Uma questão conceitual chave para os formuladores de políticas públicas em democracias, portanto, é como criar formas contemporâneas de serviço público de comunicação que irão contribuir com a mediação de solidariedade social – e não com a desintegração. Em última instância, um conceito modernizado de serviço público de comunicação deveria fornecer ferramentas, capacitação e conteúdos que permitam ao público testemunhar a si mesmo e o mundo em que vivemos; fornecer ferramentas, capacitação e conteúdos que ajudem públicos diversos a compreender uns aos outros; monitorar, facilitar e conectar a deliberação pública em assuntos de interesse comum; e fornecer ferramentas, capacitação e conteúdos que permitam aos cidadãos entender os mecanismos multifacetados e discretos do poder, e fazer com que os poderosos prestem contas de forma a fazer a diferença (Coleman e Ross, 2010). Consideramos o desenvolvimento de um novo conjunto de princípios para o serviço público de comunicação na era digital e multimídia como o principal desafio de todos que se importam com as futuras relações entre a mídia e a democracia.

Conclusão: os papéis dos pesquisadores de políticas

A partir da discussão acima, surgem um pressuposto básico e um problema difícil. O pressuposto é que os valores normativos estão necessariamente em jogo de acordo com a organização da comunicação política – o que ela produz, que influências e relações a moldam, como ela impacta a consciência e a visão de pessoas normais sobre o mundo, e até que ponto ela contribui para a formação de cidadãos efetivos. O problema é se e como acadêmicos, com tendência à normatividade, podem contribuir para a formação e as engrenagens de um sistema de comunicação política mais democrático. Para esse fim, os estudiosos costumam aderir a duas abordagens diferentes. Uma (como no pensamento de Habermas [1989] e Splichal [2014]) se concentra em uma meta final – a visão sobre como seria esse sistema se a comunicação, a cidadania e a democracia estivessem firmemente ligadas uma à outra. A outra abordagem pensa mais em termos de uma jornada (como nos escritos de Graber, 2011; Jamieson e Jackson, 2007; Zelizer, 2011), partindo de certas inadequações evidentes do sistema prevalente, e propondo formas de contrabalançá-las, eliminá-las e aperfeiçoá-las. Embora ambas as abordagens tenham enormes obstáculos à frente, merecem posições de destaque nos mapas acadêmicos. De nossa parte, não vemos contradição em termos adotado ambos os olhares — em nossa proposta mais radical para a criação de um “comum cívico no ciberespaço” (Coleman e Blumler, 2009), e em nossa proposta para instituir uma série de diálogos entre acadêmicos e profissionais com o intuito de pensar em uma agenda dos desafios da adequação da prestação de comunicação para a democracia, além de discutir como superá-los (Blumler e Cushion, 2014).

Notas

¹Artigo publicado originalmente na revista *Javnost - The Public, Journal of the European Institute for Communication and Culture*. Traduzido por Marina P. das Neves Brandão.

²Este artigo começou como uma palestra proferida pelo primeiro autor na Universidade de Liubliânia, na Eslovênia, em 31 de maio de 2014, e, subsequentemente, ganhou corpo a partir da colaboração com o segundo autor.

³Foi de grande importância para o artigo uma discussão pós-debate com docentes e estudantes de pós-graduação do Departamento de Comunicação da Universidade, além de comentários de Lance Bennett, Lee Edwards, Jack McLeod, Giles Moss, Katy Parry, Slavko Splichal e David Weaver.

Referências bibliográficas

- BAYM, N; BOYD, D. *Socially Mediated Publicness: An Introduction*. Journal of Broadcasting and Electronic Media 56 (3): 320–329, 2012.
- BENNETT, W. L. *Toward a Theory of Press–State Relations*. Journal of Communication 40 (2): 103–125, 1990.
- BENNETT, W. L. *An Introduction to Journalism Norms and Representations of Politics* Political Communication 13 (3): 373–384, 1996.
- BENNETT, W. L; IYENGAR, S. *A New Era of Media Effects: The Changing Foundations of Political Communication*. Journal of Communication 58 (4): 707–731, 2008.
- BENNETT, W. L; SEGERBERG, A. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics* Information, Communication and Society 15 (5): 739–768, 2012.
- BLAUG, R. *Engineering Democracy*. Political Studies 50 (1): 102–116, 2002.
- BLUMLER, J. G. *Foreword: In Praise of Holistic Empiricism*. In *Political Communication in Post-modern Democracy: Challenging the Primacy of Politics*, edited by K. Brants and K. Voltmer, ix–xii. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.
- BLUMLER, J. G. *Mediatization and Democracy*. In *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, edited by F. Esser and J. Strömbäck, 31–41. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- BLUMLER, J. G.; COLEMAN, S. *Realising Democracy Online: A Civic Commons in Cyberspace*. London: Institute of Public Policy Research, 2001.
- BLUMLER, J. G.; COLEMAN, S. *Paradigms of Civic Communication*. International Journal of Communication 7 (feature): 173–187, 2013.
- BLUMLER, J. G.; CUSHION, S. *Normative Perspectives on Journalism Studies: A Stock-taking and Future Directions*.” Journalism 15 (3): 259–272, 2014.
- BLUMLER, J. G.; GUREVITCH, M. *Politicians and the Press: An Essay on Role Relationships*. In *Handbook of Political Communication*, edited by D. D. Nimmo and K. R. Sanders, 467–493. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1981.
- BLUMLER, J. G.; GUREVITCH, M. *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge, 1995.
- BLUMLER, J. G.; MCQUAIL, D. *Political Communication Scholarship: The Uses of Election Research*. In *Election Studies: What’s Their Use?*, edited by E. Katz and Y. Worschel, 219–245, 2001.
- CASTELLS, M. *The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Volume I: The Rise of the Network Society. London: John Wiley, 1996.

- CHRISTIANS, C. G.; GLASSER, T. L.; MCQUAIL, D.; NORDENSTRENG, K.; WHITE, R. A. *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Urbana: University of Illinois Press, 2014.
- COLEMAN, S.; BLUMLER, J. G. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- COLEMAN, S.; MOSS, G. *Rethinking Election Debates: What Citizens Are Entitled to Expect*. Report, School of Media and Communication, University of Leeds, 2014.
- COLEMAN, S.; ROSS, K. *The Media and the Public: "Them" and "Us" In Media Discourse*. London: John Wiley & Sons, 2010.
- CONROY, M.; FEEZEL, J.; GUERRERO, M. *Facebook and Political Engagement: A Study of Online Political Group Membership and Offline Political Engagement*. In *Computers in Human Behavior* 28 (5): 1535–1546, 2012.
- DAHLGREN, P. *Media and Political Engagement*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- DEACON, D.; STANYER, J. *Mediatization: Key Concept or Conceptual Bandwagon? Media, Culture and Society* 37 (1): 1032–1044, 2015.
- EASTON, D. *A Frame-work for Political Analysis*. New York: Knopf, 1953.
- ENTMAN, R. M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication* 43 (4): 51–58, 1993.
- ESSER, F.; STROMBAK, J. *Mediatization of Politics; Understanding the Transformation of Western Democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- FINK, K.; SCHUDSON, M. *The Rise of Contextual Journalism, 1950s–2000s*. *Journalism* 15 (1): 3–20, 2014.
- FRAILE, M. *Do Information-rich Contexts Reduce Knowledge Inequalities? The Contextual Determinants of Knowledge in Europe*. *Acta Politica* 48 (2): 119–143, 2013.
- FRAILE, M.; IYENGAR, S. *Not All News Sources are Equally Informative: A Cross-national Analysis of Political Knowledge in Europe*. *The International Journal of Press/Politics* 19 (3): 275–294, 2014.
- GALLIE, W. B. *Essentially Contested Concepts*. In *Proceedings of the Aristotelian Society*, 1956.
- GARNHAM, N. *Amartya Sen's Capabilities Approach to the Evaluation of Welfare: Its Application to Communications*. In *Communication, Citizenship and Social Policy: Rethinking the Limits of the Welfare State*, edited by A. Calabrese, 113–124. Lanham, MD: Rowan and Littlefield Publishers, 1999.
- GARRET, R. K.; RESNICK, P. *Resisting Political Fragmentation on the Internet*. *Daedalus* 140 (4): 108–120, 2011.
- GODDARD, P.; CORNER, J.; RICHARDSON, K. *Public Issue Television: World in Action 1963–98*. Manchester: Manchester University Press, 1999.

- GRABER, D. A. *The Rocky Road to New Paradigms: Modernizing News and Citizenship Standards*. *Political Communication* 20 (1): 145–148, 2003.
- GRABER, D. A.; MCQUAIL, D.; NORRIS, P. *The Politics of News: The News of Politics*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press, 1998.
- GRAHAM, M.; DUTTIN, W. H. *Society and the Internet: How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- GUREVITCH, M.; BLUMLER, J. G. *Political Communication Systems and Democratic Values*. In *Democracy and the Mass Media*, edited by J. Lichtenberg, 269–289. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
- HALL, S.; CRITCHER, C.; JEFFERSON, T.; CLARKE, J.; ROBERTS, B. *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London: The Macmillan Press, 1978.
- HALLIN, D. C.; MANCINI, P. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- HARGITTAI, E.; SHAW, A. *Digitally Savvy Citizenship: The Role of Internet Skills and Engagement in Young Adults: Political Participation around the 2008 Presidential Election*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (2): 115–134, 2013.
- HAYES, D.; GUARDINO, M. *Whose Views Made the News? Media Coverage and the March to War in Iraq*. *Political Communication* 27 (1): 59–87, 2010.
- HELD, D. *Democracy and the Global Order: From the Modern State to Cosmopolitan Governance*. Padstow: Polity Press, 1995.
- HINDMAN, M. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008.
- HOWARD, P.; HUSSAIN, M. *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- ISIN, E. *Citizenship in Flux: The Figure of the Activist Citizen*. *Subjectivity* 29 (1): 361–388, 2009.
- IYENGAR, S.; REEVES, R. *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1997.
- JAMIESON, K.H.; JACKSON, B. *Unspun: Finding Facts in a World of Disinformation*. London: Random House, 2007.
- KATZ, E. *Platforms and Windows: Journalism's Role in Election Campaigns*. *Journalism Quarterly* 38 (2): 304–314, 1971.
- KING, A.; CREWE, I. *The Blunders of Our Governments*. London: Oneworld Publications, 2013.
- LANG, G. E.; LANG, K. *The Battle for Public Opinion: The President, the Press and the Polls during Watergate*. New York: Columbia University Press, 1983.

LAZARSFELD, P. F.; Merton, R. K. *Mass Communication, Popular Taste and Organised Social Action*. In *The Communication of Ideas*, edited by L. Bryson, 95–118. New York: Harper and Brothers, 1948.

LISCHKA, J. A. *Different Revenue Incentives, Different Content? Comparing Economic News before and during the Financial Crisis in German Public and Commercial News Outlets*. *European Journal of Communication* 29 (5): 549–566, 2014.

LIVINGSTONE, S. *The Participation Paradigm in Audience Research*. *The Communication Review* 16 (1): 21–30, 2013.

MANCINI, P. *Media Fragmentation, Party System, and Democracy*. *The International Journal of Press/Politics* 18 (1): 43–60, 2013.

MANIN, B. *The Principles of Representative Government*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MARCINKOWSKI, F.; STEINER, A. *Mediatization and Political Autonomy: A Systems Approach*. In *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, edited by F. Esser and J. Stromback, 74–89. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?* *Political Communication* 16 (3): 247–261, 1999.

MILLER, T. *Cultural Citizenship: Cosmopolitanism, Consumerism and Television in a Neoliberal Age*. Philadelphia, PA: Temple University Press, 2007.

NEWMAN, W. R.; GUGGENHEIM, L.; MO JONG, S.; YONG, S. *The Dynamics of Public Attention: Agenda-setting Theory Meets Big Data*. *Journal of Communication* 64 (2): 193–214, 2014.

NUSSBAUM, M. *Creating Capabilities*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2011.

PFESTCH, B. *Political Communication Cultures in Europe: Attitudes of Political Actors and Journalists in Nine Countries*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

POSTMAN, N. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Penguin, 2006.

SAMPEDRO, V.; LOBERA, J. *The Spanish 15-M Movement: A Consensual Dissent?* *Journal of Spanish Cultural Studies* 15 (1–2): 61–80, 2014.

SCHLOZMAN, K.; VERBA, S.; BRADY, H. E. *Weapon of the Strong? Participatory Inequality and the Internet*. *Perspectives on Politics* 8 (2): 487–509, 2010.

SEN, A. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

SHAW, D. L.; WEAVER, D. H. *Media Agenda-setting and Audience Agenda Melding*. In *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, edited by M. McCombs, 145–150 and 180–181. Cambridge: Polity Press, 2014.

SMITH, G. *Democratic Innovations: Designing Institutions for Citizen Participation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

SPLICHAL, S. *The Media and the Public Sphere in an Age of Globalisation*. Lecture delivered at the University of Leeds, February 20, 2014.

SWANSON, D. L. *About This Issue*. *Political Communication* 16 (3): 203–207, 1999.

THEOCHARIS, Y.; LOWE, W.; VAN DETH, J.; GARCIA-ALBACETE, G. *Using Twitter to Mobilize Protest Action: Online Mobilization Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi Movements*.” *Information, Communication and Society* 18 (2): 202–220, 2014.

VAN BROEKHOVEN, R. *Vocation vs. Mediatization*. Paper presented at the ECREA TWG Workshop Rethinking the Mediatization of Politics, London School of Economics, April 25–26, 2014.

VROMEN, A.; XENOS, M. A.; LOADER, B. *Young People, Social Media and Connective Action: From Organisational Maintenance to Everyday Political Talk*. *Journal of Youth Studies* 18 (1): 80–100, 2015.

WAISBORD, S. *Media Sociology: A Reappraisal*. London: John Wiley and Sons, 2014.

WEBER, M. *Politics as a Vocation*. Lecture to the Free Students' Union of Bavaria, January 28, 1919.

WEBSTER, F. *Theories of the Information Society*. London: Routledge, 2014.

WEBSTER, J.; KSIAZEK, T. *The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media*. *Journal of Communication* 62 (1): 39–56, 2012.

XENOS, M. A.; MOY, P. *Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement*. *Journal of Communication* 57 (4): 704–718, 2007.

ZALLER, J.R.; CHIU, D. *Government's Little Helper: U.S. Press Coverage of Foreign Policy Crises, 1945–1991*. *Political Communication* 13 (4): 385–405, 1996.

ZELIZER, B. *Journalism in the Service of Communication*. *Journal of Communication* 61 (1): 1–21, 2011.

Os Autores

Jay G. Blumler é professor emérito de Comunicação Pública na Universidade de Leeds. jayblumler@sky.com

Stephen Coleman é professor de Comunicação Política na Universidade de Leeds, professor honorário em Ciência Política na Universidade de Copenhague e pesquisador associado no Oxford Internet Institute, na Universidade de Oxford. s.coleman@leeds.ac.uk