

**José Jorge Barreiros. *Democracia, comunicação e media***

**Maria João Sequeira**

---



**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/685>

DOI: 10.4000/cp.685

ISSN: 2183-2269

**Editora**

Escola Superior de Comunicação Social

**Refêrencia eletrónica**

Maria João Sequeira, « José Jorge Barreiros. *Democracia, comunicação e media* », *Comunicação Pública* [Online], Vol.9 n15 | 2014, posto online no dia 30 junho 2014, consultado o 22 setembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/685> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.685>

---



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

---

# José Jorge Barreiros. Democracia, comunicação e media

Maria João Sequeira

---

## REFERENCES

*Democracia, comunicação e media*, José Jorge Barreiros, Editora Mundos Sociais, Lisboa, (170 páginas), ISBN 978-989-8536-17-4

- 1 Resultado da tese de doutoramento de José Jorge Barreiros, a obra *Democracia, Comunicação e Media* é, segundo o autor, fruto de uma reflexão amadurecida ao longo de anos de investigação e de docência nos domínios da sociologia da comunicação, da informação e dos *media*.
- 2 Partindo da premissa de que “A comunicação é um processo do qual a informação é o conteúdo” (p. 2), o autor reflecte, entre outras problemáticas, sobre comunicação, democracia e política. Coloca assim o leitor perante temáticas em que espelha a sua reflexão sobre: (i) audiências; (ii) o lugar social dos *media*; (iii) o papel da opinião pública enquanto instituição de configuração dos modos de vida democráticos; (iv) os desafios contemporâneos que se colocam aos *media* e ao jornalismo com a emergência dos meios digitais em rede.
- 3 Estamos, pois, perante uma obra que sublinha a importância da comunicação e da informação como duas dimensões características e basilares da vida em sociedade, com uma inquestionável influência tanto na compreensão de determinadas matérias como na participação cívica e política em democracias onde se pratica a cidadania. José Jorge Barreiros vê estes dois conceitos isoladamente, precisando que informação deriva de um campo mais objectivo, que se compromete com a forma e o conteúdo da mensagem, enquanto comunicação é um processo que inclui, a par de uma componente informacional, outra que é relacional e nos remete para o encontro e para a partilha de

sentidos. O processo de comunicação e a circulação de informação desenvolvem-se, principalmente, através do desempenho e da mediação dos *media*.

- 4 Segundo Barreiros, os *media* e os seus protagonistas cumprem um papel determinante na produção de conhecimento e na formação de opinião pública. Tendo esta premissa em consideração, propõe-se reflectir e ensaiar possíveis respostas às seguintes questões:  
Como entender e apreciar o desempenho, dos *media* e nos *media*, dos diferentes intervenientes em processos de informação e comunicação pública? Que papel para os jornalismo e qual a sua relação com os outros atores da comunicação pública, em particular os públicos de cidadãos? Como ler os desafios e oportunidades de informar e informar-se, e de agir económico, social, cultural e político, face à panóplia de meios disponíveis na época das redes digitais? (contracapa).
- 5 No I capítulo, Barreiros recorre aos argumentos de pensadores de referência como, entre outros, Jürgen Habermas ou John Thompson para problematizar o conceito de democracia e os seus princípios orientadores. Para o autor, um sistema democrático contemporâneo e de qualidade implica envolvimento colectivo de cidadãos interessados, assim como a “organização da vida pública e política” num quadro governativo “capaz de comportar e rentabilizar a diferença entre sujeitos considerados politicamente como iguais” (p. 13).
- 6 Neste contexto, a missão dos *media* é fundamental na medida em que funcionam como fontes privilegiadas de informação pública. É o acesso a esta informação que possibilita o debate de públicos/cidadãos sobre os modos de actuação e de regulação em diferentes sectores da sociedade civil (designadamente a economia, a sociedade, a cultura ou a política) e a avaliação destes. A este propósito o autor refere que “democracia e cidadania exigem uma comunicação aberta e plural”, constituindo-se, assim, os meios de comunicação como bens de interesse público que, quando independentes face aos imperativos do mercado, garantem “uma participação cidadã plena” (p. 21).
- 7 O autor sistematiza conceitos, nomeadamente os de política, de comunicação e de democracia. Sublinha pontos de referência na relação existente entre eles quando: (i) a política respeita à vida pública que abrange temas de interesse comum, “na procura e aplicação de soluções que permitam o bom governo e na avaliação da actividade de quem exerce a governação” (p. 59); (ii) a comunicação se manifesta através de processos que implicam troca e influência mútua entre sujeitos e a partir dos quais se constroem relações sociais, culturais e políticas no âmbito de uma determinada comunidade; (iii) a democracia alude a um “entendimento da política assente na participação, opinião e vontade da maioria dos cidadãos” (p. 60).
- 8 Subordinado ao tema “Públicos, *media* e audiências”, o II capítulo inicia-se argumentando que os *media* contribuem decisivamente para a forma como conhecemos e sentimos o mundo, dando-lhe visibilidade pública, tornando-o próximo e acessível. Enquanto receptores no processo de comunicação mediado pelos *media*, produzimos significado e agimos sobre a realidade a partir da informação que nos é veiculada.
- 9 Como sublinha Barreiros, “aprendemos e fomos ensinados a precisar de *media*, que só podem subsistir se despertarem o nosso interesse e atenção” (p. 65). Tal suscita uma relação de interdependência nem sempre pacífica. Face ao facto de o sector da informação e da comunicação ser hoje um sector estratégico e em expansão, integrado num panorama concorrencial capitalista e num contexto de globalização, importa recordar que a sustentabilidade económica dos *media* é indispensável à sua autonomia social, cívica e política. O interesse público e os “valores fundadores da condição humana” têm de ser protegidos do perigo de a lógica económica e de mercado se constituir em critério

- exclusivo na agenda mediática. É da responsabilidade dos próprios *media*, dos seus agentes e das “instituições públicas intérpretes do interesse comum” acautelarem os “reequilíbrios necessários” à comunicação pública e, assim, valorizarem o potencial que os *media* têm como vectores da democracia e da cidadania (p. 66).
- 10 As noções de audiência e de público têm sido definidas como consequência de actos de consumo e de recepção na resposta à actividade desenvolvida pelas indústrias culturais e pelos *media*. Apesar das suas evidentes similitudes, contêm em si características díspares na forma como reagem ao apelo comunicacional que lhes é dirigido. Se, por um lado, a noção de audiência tende a ser trabalhada como indicador quantitativo de afluência e “medida de aferição de sucesso económico e empresarial” (p. 80), por outro a noção de público compreende um envolvimento qualitativo e colectivo de sujeitos/cidadãos que participam activamente na vida pública, cultural e política.
  - 11 Sonia Livingstone, citada por Barreiros, assinala as transformações ocorridas com a emergência dos *media* digitais, referindo-se a um novo modelo comunicacional que substituiu a “audiência de massa” pela “audiência interactiva”, o que implica “considerar os sujeitos simultaneamente como consumidores de bens simbólicos e interpretantes do significado de mediações simbólicas” (p. 85).
  - 12 Relembrando que públicos e *media* se constituem como “dois pólos dos processos da comunicação pública em interligação”, Barreiros conclui que:

Aos *media* compete uma função de interesse público, cuja concretização depende do modo como conseguem convocar públicos que componham audiências de consumidores; aos públicos interessa a possibilidade de encontrar nas propostas dos *media* recursos que tornem a pertença à audiência gratificante face a existência quotidiana e à cidadania (p. 92).
  - 13 O III capítulo encara a noção de opinião pública como ideal geralmente invocado para legitimar posições políticas e opções editoriais, assim justificadas como sendo de interesse comum – ou seja, a opinião pública é tanto a “soma de opiniões privadas, conforme à leitura expressa nas sondagens”, como a “expressão de vontade colectiva reportada ao processo de deliberação política” (p. 95).
  - 14 Quanto aos modos como a vida pública e a democracia se foram modificando ao longo dos tempos, em função dos meios de comunicação disponíveis e em diferentes conjunturas sociais e políticas, o autor é deveras elucidativo ao explicar a relação próxima que, até à época contemporânea, se desenvolveu entre política, *media* e opinião pública.
  - 15 A par com o aparecimento da televisão, surgem novos métodos de trabalho e novos lugares da vida individual e colectiva. É no pós-guerra que o ecrã televisivo passa a ser das principais “sedes de aparição públicas das personagens e instituições políticas”. As estratégias de publicidade e de relações públicas ganham outro relevo no quadro de um processo comunicacional que combina “informação e entretenimento, massificação e popularização, imagem e espectáculo, emoção e racionalidade” (p. 105).
  - 16 É comumente aceite que informação, por si só, pouco vale, e que abundância informativa não é sinónimo de qualidade. Só quando essa informação se transforma em fonte de conhecimento e capacidade de acção esclarecida é que a sua apropriação por parte dos públicos representa uma mais-valia.
  - 17 Tendo em consideração as diferentes dimensões necessárias para o estabelecimento de uma informação e uma comunicação inclusivas e democráticas, Barreiros destaca, entre outros, os seguintes imperativos que se colocam ao desempenho dos *media*: (i) contribuir para manter os públicos devidamente informados; (ii) escrutinar publicamente os vários

poderes e os seus protagonistas; (iii) proporcionar um debate aberto e no qual se possa participar; (iv) divulgar ofertas culturais qualificadoras; (v) contribuir para suscitar o interesse e o envolvimento dos cidadãos na vida pública e democrática; (vi) assegurar o direito de cidadania à informação; (vii) escutar os públicos; (viii) salvaguardar condições de autonomia do trabalho dos jornalistas; (x) “adoptar e promover uma cultura cívica democrática que combine representação equilibrada de diferentes visões”; (xi) “agir como instituição de mediação social responsável” (p. 123).

- 18 Do jornalismo espera-se que cumpra a função de informar e que dê a conhecer matérias que sejam de interesse comum. Espera-se, ainda, que garanta o rigor da informação e o equilíbrio entre as vertentes da informação e da publicidade que a comunicação pública comporta. Numa tentativa de definir em que consiste o papel social do jornalismo, Dominique Wolton, citado por Barreiros, refere-o como a actividade do “grupo profissional no qual as democracias delegam a capacidade diária e o direito de distinguir o que, na confusão quotidiana do mundo, poderá ser, ou não, informação” (p. 125).
- 19 A temática anterior é o sustentáculo para o IV capítulo, alicerçado nos *media* digitais em rede, que, segundo o autor, vieram introduzir um novo paradigma comunicacional na sociedade contemporânea. Sustenta, assim, que os *media* digitais em rede proporcionam novas oportunidades de informar, comunicar, participar e agir, mas que também colocam novos desafios à comunicação pública e ao funcionamento da própria indústria dos *media*:
- A emergência de uma “sociedade de informação e conhecimento” via redes de telecomunicação digital, ocorre a par da afirmação da orientação económica e política neoliberal e do processo da globalização que inspira; associada à progressiva dissolução dos pressupostos e das condições estruturais viabilizadoras do pacto político antecedente, substituído por um entendimento economicista do mercado, restritivo do papel do estado, das noções de interesse comum, bem-estar e democracia. (p. 142).
- 20 Actualmente, as empresas de *media* deparam-se com um clima de rentabilidade incerta que não é garante de uma sustentabilidade financeira indispensável ao desempenho de um trabalho autónomo e independente. A fatia mais significativa do seu rendimento provém da venda de publicações em banca, sendo claro que o futuro implica um forte investimento *online*, onde a gratuidade é lei. Tal desenha um futuro que perspectiva as telecomunicações em rede como meios de comunicação disponíveis a uma escala não só nacional mas também global e transnacional. O autor salienta que interessa recordar que conjunturas de mudança carecem de um ajustamento adequado.
- 21 Há sempre um olhar subjectivo quando nos propomos analisar uma obra que aborda tantas e diferentes problemáticas relacionadas com os meios de comunicação. Nesta recensão, o olhar apontou para questões que correspondem a identificação e interesses pessoais.
- 22 Sintetizando, destacamos os seguintes aspectos a reter:
- A instauração de regras democráticas nos mecanismos de regulação social e política zela pelo bem-estar colectivo em nome do interesse comum expresso pela maioria de uma população.
  - Sendo a liberdade de informação e de comunicação um dos pilares em que assentam regimes democráticos, esta só é devidamente garantida se existir sustentabilidade e independência económica dos *media*.
  - A comunicação pública deve ser equilibrada, por via de um jornalismo focado na informação relevante, e adequada à diversidade e às especificidades dos públicos e dos cidadãos.

- Nos tempos contemporâneos, em contextos simultaneamente nacionais e locais, transnacionais e globais, os desafios emergentes apontam para a necessidade de, por um lado, inovar, e de, por outro, responsabilizar.
- 

## AUTEURS

### **MARIA JOÃO SEQUEIRA**

Doutoranda em Ciências da Comunicação

Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa e

Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa