

**Reprodução e mudança social no jornalismo:
ideologia como estrutura da prática jornalística**

*Reproduction and social change in journalism:
ideology as a structure of journalistic practice*

Rui Miguel Pereira CAEIRO¹
Heitor Costa Lima da ROCHA²

Resumo

O artigo tem por objetivo contribuir para o aprofundamento do debate sobre a objetividade como uma questão central nas práticas jornalísticas atuais, a partir das suas implicações ideológicas. Este tema será desenvolvido com recurso à conceitualização de temas-chave como poder, dominação e possibilidades de mudança social nas práticas jornalísticas, além do próprio conceito controverso de ideologia, que se relacionam intimamente para dar forma à atividade profissional.

Palavras-chave: Jornalismo. Poder. Ideologia. Objetividade.

Abstract

The article intends to contribute and expand the debates around objectivity as a main issue in the journalistic practice nowadays, from its ideological implications. This subject-matter will be developed by conceptualizing nuclear themes like power, domination and possibilities of social change in journalistic practices, besides the controversial concept of ideology, which relates closely to shape the professional activity.

Key Words: Journalism. Power. Ideology. Objectivity.

Introdução

Na avaliação da ambiguidade estrutural do jornalismo, como instrumento de reprodução da realidade estabelecida, por um lado, mas também como espaço

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM/UFPE. E-mail: rui.caeiro21@hotmail.com

² Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM/UFPE. Integra o Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade. E-mail: hclrocha@gmail.com

imprescindível da luta política dos sectores excluídos da periferia por mudança social, por outro, não se pode deixar de analisar as suas implicações ideológicas, ou seja, fazer uma crítica da ideologia neste campo. Ao não nos determos na inventariação de todas as mutações conceptuais do termo, apoiamo-nos em João Carlos Correia (2004) para considerar que é possível encontrar um núcleo comum à generalidade de correntes que se debruça(ra)m sobre o conceito. Assim, ideologia diz respeito à “utilização das formas simbólicas por parte de grupos sociais que lutam pelo reconhecimento para o exercício do poder” (CORREIA, 2004, p. 224).

Para elaborar a concepção de ideologia aqui pretendida, destacamos os termos “poder”, “grupos sociais” e “formas simbólicas”, os quais, respectivamente, justificam, transmitem e constituem esse fenómeno, tão esquivo e tão presente, nas Ciências Sociais.

Tendo surgido há mais de dois séculos, através de filósofos como Condillat, Condorcet e Destutt de Tracy, o termo ‘ideologia’ continua, ainda hoje, a ter um significado fluido, que se molda (ou – talvez – que é moldado) aos sujeitos, à sociedade.

Tal como a ideologia, também o poder social (doravante apenas apelidado de ‘poder’) foi alvo de variadas teorizações, situando-se em extremos opostos aquelas que mais consenso reuniram. Com origem na Antiguidade Clássica, a concepção que vê o poder como resultado direto da vontade do povo continua a ser defendida. Esta tradição, que considera que um governo (ou instituição ou grupo, desde que a ação tenha interferência na vida de cada um) apenas detém poder enquanto o povo lhe atribui legitimidade, exclui a violência, mesmo a simbólica, uma vez que

o poder só se concretiza onde a palavra e a acção não se divorciam, onde as palavras não são vazias e os actos não são brutais, onde as palavras não são utilizadas para velar intenções mas para revelar realidades e os actos não são usados para violar e destruir mas para estabelecer relações e criar novas realidades (ARENDR, 1959 apud ESTEVES, 2003, p. 120).

Esta reflexão, como considera Esteves (2003), pode contribuir para o pensamento da teoria política, mas compreender a sociedade e as formas de governo atuais como sua direta emanção será “extremamente duvidoso”: se olharmos para a história da humanidade e, como exemplo, para os totalitarismos do século XX, encontraremos a exaltação do domínio do homem sobre o homem, a associação direta

entre poder e violência, denunciada décadas antes por Marx, mas já presente em estruturas sociais anteriores a ele. Ao defendermos neste artigo que é a dominação, em maior ou menor grau, que estrutura a sociedade, procuramos estudar os seus mecanismos para, além de compreendê-los, combatê-los. Olhando o jornalismo como uma das principais instituições de construção e mediação social, dedicamos-lhe teorizações que se relacionam aos conceitos já referidos, colocando em destaque o seu potencial enquanto agente de mudança social, por vezes adormecido devido à institucionalização de métodos profissionais.

Ideologia e poder, conceitos controversos

O reconhecimento será o primeiro passo para uma crítica emancipatória. Consideraremos que a ‘dominação’ acontece quando

relações estabelecidas de poder são “sistematicamente assimétricas”, isto é, quando grupos particulares de agentes possuem poder de uma maneira permanente, e em grau significativo, permanecendo inacessível a outros agentes, ou a grupos de agentes, independentemente da base sobre a qual tal exclusão é levada a efeito. (THOMPSON, 1995, p. 80).

Esta dominação, que resulta do abuso de poder e se dá através da interação social, impõe uma limitação de liberdade de um grupo sobre o outro, uma vez que aquele que procura (e exerce) a dominação fá-lo porque pretende concretizar vontades, interesses ou valores próprios, os quais, em situação normal, estariam contra a aceitação daquele que é dominado: “de forma muito geral, o poder é a capacidade de perseguir e alcançar objetivos através do domínio do que nos rodeia” (MANN, 1986 apud CASTELLS, 2009, p.37). Para que tal aconteça,

o poder de A precisa de uma base, ou seja, de recursos socialmente disponíveis para o exercício do poder, ou da aplicação de sanções no caso de desobediência. Esses recursos consistem geralmente em atributos ou bens socialmente valorizados, mas desigualmente distribuídos, tais como riqueza, posição, posto, status, autoridade, conhecimento, habilidade, privilégios ou mesmo o mero pertencimento a um grupo dominante ou majoritário (VAN DIJK, 2008, p.42).

Os grupos dominados, porém, raramente o são totalmente, residindo no seu interior (e, por vezes, na interação com outros grupos dominados) o potencial para ações de resistência (ou até mesmo de revoluções). É devido a esse espaço em aberto, reconhecido por aqueles que abusam do poder, que é essencial destruir sistematicamente a capacidade relacional dos atores que resistem (CASTELLS, 2009), estratégia essa tão visivelmente colocada em prática nos regimes ditatoriais.

É importante notar que o poder não se desenvolve unicamente na esfera política, mas numa interação complexa entre diversas ‘realidades’ da atividade social (tal como a economia ou a educação). Assim, diremos que o poder é relacional enquanto a dominação é institucional. A título de exemplo: o Estado é uma forma relevante de dominação, contudo, uma vez que é uma entidade histórica (ou seja, social, mutável no tempo e no espaço), o poder que exerce depende da estrutura social em que opera (CASTELLS, 2009). Para que o Estado consiga exercer dominação é necessário que, de alguma forma, se consiga legitimar, tornar aceite ou, no mínimo, tolerado pela sociedade em geral. É nas dinâmicas que se desenvolvem em torno do (abuso/contra) poder que a ideologia joga um importante papel.

Colocando que a ideologia consiste na utilização (original, mas não totalmente) de formas simbólicas por parte de grupos sociais para obter reconhecimento e, assim, poder, adiantamos ainda que

uma ideologia é uma estrutura cognitiva complexa que controla a formação, transformação e aplicação de outros tipos de cognição social, tais como o conhecimento, as opiniões e as posturas e de representações sociais, como os preconceitos sociais. Essa estrutura ideológica em si consiste em normas, valores, metas e princípios socialmente relevantes que são selecionados, combinados e aplicados de forma tal a favorecer a percepção, interpretação e ação nas práticas sociais que beneficiam os interesses do grupo tomado como um todo (VAN DIJK, 2008, p.48, grifo nosso).

‘Uma’ ideologia e não ‘a’ ideologia. É importante salientar esta diferença, fulcral para nos distanciarmos de algumas das concepções que marcam a noção de ideologia. Segundo Marx (e um variadíssimo rol de pensadores influenciados por ele ao longo da história moderna), a ideologia é vista de forma negativa, uma vez que – consideram – a realidade social é deformada pelos interesses da classe dominante que, ao controlar as condições de (re)produção material, controla as condições de

(re)produção das ideias sobre a realidade: “a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo sua força espiritual dominante” (ENGELS; MARX, 2004, p.78). Se em De Tracy a ideologia dizia respeito a uma ciência que tinha por ambição analisar sistematicamente as ideias e sensações, de forma a alcançar uma base segura para o conhecimento e assim fazer frente à “anarquia bárbara” (THOMPSON, 1995), na corrente marxista a ideologia é concebida como o sistema de onde surge a ilusão, base legitimadora do abuso de poder e causadora da incapacidade dos indivíduos lutarem por condições de vida mais justas.

Segundo Van Dijk (2003), a nossa definição irá distanciar-se destas formas totalizantes: as ideologias dizem respeito às ideias (sociais, políticas ou religiosas) que um conjunto de indivíduos partilha, constituindo assim um grupo. Existe um número infinito de ideologias, e não apenas uma, que a todos domina. Nesta concepção

não usamos termos como ‘falso’ a fim de denotar ideologias especificamente ‘tendenciosas’. Todas as ideologias (incluindo as científicas) englobam uma (re)construção da realidade social dependente de interesses. (VAN DIJK, 2008, p.48)

Rejeitamos a concepção de ideologia como sendo apenas “falsa consciência” da realidade, uma vez que a realidade (social) não é uma e objetivamente verdadeira, mas relacional. Através da interação “o homem torna significativo tudo aquilo que o rodeia [...] e se torna a si mesmo significativo para os outros. Por isso falamos de uma construção social da realidade” (ESTEVEVES, 1997, p. 431).

Ainda que muitas ideologias tenham por objetivo instaurar relações de dominação, a inexistência dessa característica não é conflituosa com o conceito mais geral que propomos. Ideologias ‘negativas’, que instauram injustiça social, coexistem com ideologias ‘positivas’, que se assumem como formas de resistência. Esta perspectiva, de que as ideologias podem, ou não, atuar por meio da dominação, leva-nos consequentemente a outra conclusão: as ideologias podem, ou não, ser dominantes. E tal como há ideologias que são dominantes e positivas, existem ideologias não-dominantes que são negativas (por exemplo, os grupos neonazistas). Consideramos uma ideologia como negativa quando existe abuso de poder. Aqui, também o poder não é considerado negativo *a priori* – essa avaliação depende de uma postura crítica que procure compreender a materialização nas relações sociais.

Autores de influência marxista, como Gramsci, já haviam definido a “ideologia como corpo de crenças que visa a configurar as várias formas possíveis de interação entre os agentes sociais, graças a processos de mediação simbólica” (CORREIA, 2004, p. 225), concluindo-se que tanto podem estar ao serviço das classes dominantes, como ao serviço das classes dominadas e dos seus interesses emancipatórios. O discurso, “e em especial o discurso de instituições e de grupos poderosos, é a prática social essencial capaz de mediar e administrar essas crenças” (VAN DIJK, 2008, p. 49).

A palavra, afirma Bakthin (2002), “é o fenômeno ideológico por excelência”. Ela desempenha um papel central na reprodução das ideologias, sendo, assim, também vista como reflexo das relações de poder que se estabelecem na interação social. Fazemos aqui esta chamada de atenção, antes de prosseguir na definição de ideologia, para desde já colocar a descoberto o termo (discurso) que mais intimamente relaciona jornalismo e ideologia. Em ambos os casos assume-se como matéria-prima, condicionado, condicionando e interligando.

As ideologias são crenças sociais compartilhadas, “associadas às propriedades características de um grupo, como a identidade, a posição social, os interesses e objetivos, as relações com outros grupos” (VAN DIJK, 2003, p.13, tradução nossa). Uma vez que atribuem sentido ao mundo, através de crenças específicas em torno das quais se organizam outras crenças mais gerais, as ideologias condicionam também as práticas sociais do grupo: permitem interpretar e agir segundo um modelo pré-determinado, não só perante os acontecimentos considerados normais, mas também perante acontecimentos novos ou inesperados. Tanto as ideologias como os valores são representações que alicerçam a constituição da memória social. Os valores organizam as avaliações que fazemos diariamente, definem “o que está bem e o que está mal, o que é permitido ou proibido e os objetivos fundamentais pelos quais os indivíduos, grupos e sociedade hão-de lutar” (VAN DIJK, 2003, p.17, tradução nossa). Normalmente, os valores são válidos para a maioria dos membros da mesma cultura (ao contrário das ideologias), contudo, também são potenciais geradores de conflitos. Isto acontece porque os valores são aplicados de diversas formas em diversas áreas. É a especificidade da interpretação dos valores, em função do grupo e dos seus interesses, que define a base das crenças ideológicas.

O tema ideológico possui sempre um índice de valor social. Por certo, todos estes índices sociais de valor dos temas ideológicos chegam igualmente à consciência individual que, como sabemos, é toda ideologia. Aí eles se tornam, de certa forma, índices individuais de valor, na medida em que a consciência individual os absorve como sendo seus, mas sua fonte não se encontra na consciência individual. O índice de valor é por natureza interindividual (BAKTHIN, 2002, p.46).

Apenas aquilo que adquire valor social pode entrar no domínio da ideologia. É o polimorfismo dos valores que confere às ideologias esse aspeto vivo, móvel, evolutivo. Assim, para que um acontecimento, ação ou crença sejam considerados como ideológicos, é necessário que se assumam como conflituosos, causa da constituição de grupos ‘Nós-Eles’, oposição de interesses e visões de mundo entre indivíduos. Diremos que as ideologias apenas se materializam em relação a aspetos políticos e sociais relevantes (saúde, sexo, riqueza, etc.) para a existência do grupo e não em torno de aspetos triviais da vida (como a marca da roupa ou a cor do carro).

Tendo em conta o explanado até aqui, poderemos então considerar que Van Dijk se apropria de alguns dos pontos desenvolvidos por autores de inspiração marxista, que se debruçam principalmente sobre o conteúdo da ideologia, ao mesmo tempo que integra outras correntes filosóficas (partilhadas em certa medida por autores como Thompson, Ricoeur ou Habermas), onde o foco é, mais que o conteúdo, o uso dado às ideologias.

Para Thompson, as fórmulas simbólicas relacionam-se com a dominação, não pelo seu conteúdo explícito, mas pelo uso que lhes é dado. O uso e manutenção de um mesmo sistema de crenças pode tanto negar a participação dinâmica dos agentes sociais, favorecendo contextos de dominação, como pode contribuir para uma transformação democrática das sociedades. Nada impede que conceitos idênticos (os direitos humanos, por exemplo) possam servir a propósitos díspares: uma utilização que visa a distorcer a visão da realidade – quando são invocados para ocultar relações de dominação que prosseguem sobre a sua vigência – ou, ao contrário, uma utilização que visa transformar de modo positivo a realidade – quando, por exemplo, visa reforçar aspirações democratizantes em nome do seu alargamento a grupos excluídos (CORREIA, 2004, p. 226).

Assim, o conceito de ideologia alcança um valor crítico, assumindo-se enquanto “estudo de como o sentido (significação) serve para manter relações de dominação” (DAHLGREN, 1987 apud ESTEVES, 2003, p.132).

O que nos interessa aqui não é, principalmente, nem inicialmente, a verdade ou a falsidade das formas simbólicas; antes, interessa-nos as maneiras como essas formas servem, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação; e [...] é vital perceber que a caracterização dos fenômenos simbólicos como ideológicos não implica, direta e necessariamente, que estes fenômenos sejam epistemologicamente falhos (THOMPSON, 1995, p. 77).

É o sentido mobilizado pelas formas simbólicas, construído através de estratégias concretas e em circunstâncias particulares, que incorre para estabelecer relações de dominação.

Neste sentido, para além de entendermos a mídia como uma importante (re)produtora de ideologias na sociedade atual, é necessário pensar a fundamentação da atividade jornalística sobre uma ideologia em concreto: a da objetividade.

Jornalismo: uma ideologia entre ideologias

Não é nova a ideia de que a mídia é uma das principais instituições (re)produtores de ideologias. Althusser (1970), considerando-a parte integrante dos Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE) – instituições especializadas em condicionar a vida humana através, principalmente, da ideologia – reconhece-a simultaneamente como espaço de

luta de classes e por vezes de formas renhidas da luta de classes. A classe (ou a aliança de classes) no poder não domina tão facilmente os AIE como o Aparelho (repressivo) de Estado, e isto não só porque as antigas classes dominantes podem durante muito tempo conservar neles posições fortes, mas também porque a resistência das classes exploradas pode encontrar meios e ocasiões de se exprimir neles, quer utilizando as contradições existentes (nos AIE), quer conquistando pela luta (nos AIE) posições de combate (ALTHUSSER, 1970, pp. 49-50).

Outros autores e outras teorias (como aquelas desenvolvidas pela Escola de Frankfurt por autores como Adorno, Horkheimer ou Marcuse) admitem-lhe igualmente

a função de produzir bens simbólicos, ainda que sob concepções (origens e consequências) distintas. Em sociedades como as atuais, em que a pluralidade cultural e a complexidade econômica e política grassam (BERGER; LUCKMANN, 2004), é inegável a influência que os meios de comunicação têm sobre as ideias que transitam no tecido social. Essa influência deve-se à matéria-prima com que trabalham: os discursos. O seu poder baseia-se na capacidade de decidir quem tem voz sobre os assuntos de interesse público, além de quando e como essas vozes devem ser escutadas. A particularidade deste poder encontra-se no fato dele próprio ser o suporte para a luta de poder, uma vez que é através do discurso que grupos procuram obter legitimação para a visão de mundo que defendem. Nas palavras de Rubim (2001, p.87), “hoje, a mera existência física já não assegura um existir social [...] a existência publicamente compartilhada passa a ser, ela mesma, composta e problemática, verdadeiro campo de luta de poder”. Uma vez que a legitimação se alcança, em grande parte, pela construção de significados compartilhados e os significados se elaboram através da comunicação, compreende-se assim a importante função que a mídia desempenha no mundo cada vez mais global que hoje experimentamos.

Assumindo a ideia de que a objetividade jornalística se constitui como uma ideologia da profissão, aprofundamos agora o pensamento que nos levou até ela. Primeiro definimos o que entendemos, neste contexto, por ‘objetividade’: o conceito começa a ser aplicado ao jornalismo no século XIX, quando um “novo jornalismo”, informativo, com separação entre “fatos” e “opiniões”, ganha espaço e o jornalista passa a ser definido como observador neutro dos acontecimentos: “o meu trabalho é comunicar factos: as minhas instruções não permitem qualquer tipo de comentários sobre os factos, sejam eles quais forem” (READ, 1976 apud TRAQUINA, 1999, p.167). Este pensamento desenvolve-se enquanto o positivismo ainda está no auge da sua existência, condicionando a produção intelectual da época. Traquina (1999) situa o segundo desenvolvimento nos Estados Unidos, um século depois, em resultado do trauma causado pela 1ª Guerra Mundial. Esse momento histórico teve, entre outras consequências, o renovar da desconfiança perante as acções humanas. Decifrado o peso da propaganda política, até os ‘fatos objetivos’ passam a suspeitos e surge a necessidade de formular uma série de regras que os permitam colocar à prova. Algumas dessas regras continuam hoje bem vivas nas rotinas jornalísticas, transmitindo ao longo dos

anos esse “empirismo ingênuo” (como denominado por Traquina), segundo o qual as notícias são vistas como “emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real, bastando ao jornalista ser o espectador do que se passa transmitindo-o fielmente” (TRAQUINA, 1999, p.168). Aqui não criticamos a instituição de métodos profissionais, mas sim o conceito de objetividade que está na base dessas formulações e que serve como ideal normativo, inalcançável.

Em 1972 já Gaye Tuchman (1999) denunciava alguns procedimentos que fundamentavam a pretensa objetividade jornalística (verificação dos ‘fatos’, apresentação de possibilidades conflituais, apresentação de provas auxiliares, etc. – os quais, concluiu na sua investigação de campo, se revelaram falhos). Argumentava a autora que “os jornalistas invocam a sua objectividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (TUCHMAN, 1999, p.75). Para além de uma caracterização folclórica deste jornalismo, o excerto permite-nos inferir que tal como a existência dos espíritos malignos é questionável e, em última análise, inexistente, face à ausência de provas científicas, o mesmo acontece com os fatos. Ainda assim, o “colar de alhos” (objetividade) desempenha um papel necessário, uma vez que os “camponeses” (jornalistas) não reconhecem outra forma efetiva de sustentarem a sua existência:

os jornalistas cujo procedimento temos vindo a estudar acreditam que podem mitigar pressões contínuas como sejam os prazos, os possíveis processos de difamação e as repressões antecipadas dos superiores, com a argumentação de que o seu trabalho é ‘objectivo’ (TUCHMAN, 1999, p.74).

Nesta perspectiva, o jornalismo contribui, ainda que de forma não intencional, para as críticas que lhe são feitas, através da ideologia que instituíram para os seus próprios profissionais. Perante a noção geral da sociedade de que os discursos que produzem não são, nem podem ser, inteiramente objetivos, o fato de continuarem a assumir-se como tal entra em conflito com a afirmação (feita inicialmente por Rosseau) de que a transparência é a condição necessária da democracia (sendo esse o objetivo máximo, pelo menos em teoria, do jornalismo). A transparência, que os jornalistas

exigem dos poderes em ação na sociedade, é-lhes também exigida pelo público consumidor de informação.

A transparência não envolve apenas um direito passivo – o ‘direito à informação’ – mas também um dever activo: o dever de cada um dos cidadãos exigir, a quem governa a coisa pública, seja qual for o nível e o domínio em que esse governo se exerce, que explique as suas acções e omissões (SERRA, 2003, p.190)

Acontece que na busca por esta transparência, no tratamento da informação, a mídia subverte-a, não apenas através da recusa (perante o público) de que são construtores de realidades (generalizamos aqui, ainda que atualmente algumas publicações assumam outra postura, mais “realista”), mas também a outros níveis: na luta por audiências, instaura-se a confusão entre o que é público e o que é privado, conduzindo à ideia de que tudo é passível de ser publicado; da mesma forma, a necessidade de captar público leva à fabricação de acontecimentos pela própria mídia, o que pode resultar em falsa transparência, ou até mesmo “desinformação”. Tomando como guia o autor citado anteriormente, diremos que

os media, sob a pressão da ‘opinião publica’, ela própria construída em grande medida por esses mesmo media, numa verdadeira circularidade de causas e efeitos, seleccionam e enfatizam até à exaustão certos aspectos de um acontecimento, ao mesmo tempo que ocultam outros, apresentando tal construção como a ‘verdade’ objectiva e definitiva (SERRA, 2003, p. 192)

Finalmente destacamos o perverso efeito do crescente avolumar de produção informativa: face ao imperativo sob o qual grande parte da mídia funciona (o de publicar cada vez mais e mais, muitas vezes em detrimento da forma e do conteúdo), o público vê-se de tal forma mergulhado num mar de informação que, ao ser transmitida a ilusão de que todos os ângulos e partes envolvidas foram tomados em conta, esquece-se de questionar o porquê de tanta “transparência”.

Considerações finais

Os meios de comunicação de massa, constituídos como um dos principais planos onde atualmente se joga o poder, congregam à sua volta percepções que vão de um pólo

ao outro. A postura mais negativa, em que a democracia é colocada em perigo face ao posicionamento da mídia – agente protector do capitalismo selvagem, sob o controle e ao serviço de alguns poucos empresários detentores das empresas de comunicação – evidência a necessidade de saber como fiscalizar os (supostos) fiscalizadores.

Ainda que consideremos esta inquietação legítima (e necessária), assumir que o jornalismo se submete tão rapidamente aos grandes grupos econômicos, prostrando-se absolutamente perante a lógica mercantil, é prejudicial, tanto para o jornalismo como para a sociedade. João Paulo Serra (2003) argumenta que as visões negativas acerca do jornalismo e dos jornalistas são demasiadamente radicais devido à sua amplitude (abarcando todo o jornalismo e todos os jornalistas) e devido à profundidade (os jornalistas são totalmente subservientes aos poderes instituídos – sendo que um jornalismo assim tão negro nunca existiu, nem mesmo nas horas mais escuras da nossa história).

As relações dos jornalistas com os poderes (econômico, político, etc.) não podem ser vistas de forma tão unilateral (de um lado os que ordenam e do outro os que obedecem), uma vez que

na prática concreta da vida as coisas são bem mais complicadas, havendo vários tipos e níveis de poder e uma multiplicidades de ‘poderes’ [...] de tal modo que também os jornalistas têm os seus poderes e contrapoderes, as suas estratégias de resistência e mesmo de ataque aos outros tipos e níveis de poder (SERRA, 2003, p. 332).

O caminho teórico que aqui trilhámos não implica menosprezar o papel fundamental que o jornalismo desempenha na regulação da democracia moderna. De fato,

(...) filosoficamente falando, todos os ‘factos’, por mais ‘objectivos’ que sejam, são mais ou menos ‘criados’ ou ‘construídos’: pelos códigos culturais de que somos portadores, a começar por esse código primário que é a linguagem, pelas crenças que professamos, incluindo essas crenças ‘racionais’ que são as teorias científicas e as doutrinas filosóficas, pelas tecnologias e instrumentos que utilizamos, pelas verdades prático-utilitárias que partilhamos com os outros membros de uma comunidade, pelos métodos de investigação que mobilizamos, quiçá mesmo, e a aceitarmos a tese de Kant, por determinadas formas a priori. O jornalismo não é, nesse aspecto, mais ‘criador’ ou ‘construtivo’ que as outras ‘formas simbólicas’ (SERRA, 2003, p. 338).

Contudo, devido à função que assume, é necessária uma postura crítica que possibilite, não só a investigação, mas a prática do jornalismo através de caminhos possíveis que concretizem o real potencial democrático que transporta consigo.

“Em sociedades onde o grosso da população não tem acesso directo nem poder sobre as decisões centrais que afectam as suas vidas, onde a política oficial e opinião estão concentradas e a opinião popular está dispersa” (HALL et al., 1999, p. 234), a mídia deve assumir o papel de ligação e de mediação crítica na formação de opinião pública, com o objetivo de possibilitar uma luta ideológica mais igualitária em todos os setores da sociedade.

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. Lisboa: Presença, 1970.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Annablume, 2002.

BERGER, Peter L. & LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza, 2009.

CORREIA, João C. Ideologia e hegemonia. In RUBIM, Antonio A. C. **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. São Paulo: UNESP, 2004.

ESTEVES, João P. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades modernas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

_____. **Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidade social**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo: questões, teorias e «estórias»**. Lisboa: Veja, 1999.

MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martin-Claret, 2004.

RUBIM, Antonio A. C. Contemporaneidade, (idade) mídia e democracia. In DOWBOR, Ladislau et al. (Orgs). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In TRAQUINA, Nelson. (Org). **Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»**. Lisboa: Veja, 1999.

TUCHMAN, Gaye. A Objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In TRAQUINA, Nelson. (Org). **Jornalismo: questões, teorias e «estórias»**. Lisboa: Veja, 1999.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Ideología y discurso: una Introducción multidisciplinaria**. Barcelona: Ariel, 2003.

SERRA, João P. **Informação e sentido: o estatuto epistemológico da informação**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.