

Habermas e a Teoria do Jornalismo: A Manipulação Ideológica no Jornalismo como Distorção Sistemática da Comunicação

Heitor Costa Lima da Rocha¹

RESUMO

O objetivo desta comunicação é analisar a natureza do jornalismo e sua capacidade de influir sobre a sociedade e o exercício do poder, através da avaliação de concepções de diversas tradições teóricas – teorias do espelho, *gatekeeper*, organizacional, do agendamento (*agenda setting*), da ação política, etnoconstrucionista e estruturalista -, contrastando-as com os conceitos de Habermas de esfera pública e de comunicação sistematicamente distorcida. Assim, pretende contribuir para a consolidação de pressupostos consistentes para o tratamento teórico do problema da ambigüidade estrutural do jornalismo, como o espaço por excelência da luta político-ideológica na contemporaneidade, ensejando, ao mesmo tempo, as ameaças de dominação (ou reprodução) e as promessas de libertação (ou de transformação da realidade social).

Palavras-chave: Teoria, Pesquisa e História do Jornalismo; Ideologia; Ciência Política

ABSTRACT

The objective of this communication is to analyze the nature of journalism and its capacity to produce effects in society and in the exercise of power, through the estimate of different theoretical traditions – theories of the mirror, gatekeeper, organizational, agenda-setting, political action, news making and structuralism. These theories are confronted with the conceptions of Habermas about the public sphere and the communication systematically distorted. Thus, this paper claims to contribute for the consolidation of consistent presuppositions to the problem of the structural ambiguity of journalism, as the place for excellency in the contemporary age, where happens the ideological fight of the political parties, engaging, at the same time, the threats of domination (reproduction) and the promises of liberation (or transformation of the social reality).

Keywords: Theory, Research and History of Journalism; Ideology; Political Science.

113

¹ Heitor Costa Lima da Rocha é jornalista (UNICAP - 1983), mestre em Ciência Política (1990) e doutor em Sociologia (2004) pela Universidade Federal de Pernambuco e ensina desde 1998 no Departamento de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco. Email: heitor@nlink.com.br; heitor@unicap.br.

O jornalismo foi, historicamente, imprescindível à consolidação dos dois subsistemas funcionais básicos da modernidade: (1) o Estado, como entidade profissionalizada e burocratizada permanente, dotando a administração real das condições necessárias ao controle social estável, baseado na garantia da obediência dos dominados através de mecanismos ideológicos consentidos pela própria sociedade, e (2) o mercado, cuja viabilização exigiu a transformação do valor de uso dos produtos em valor de troca das mercadorias, através de um sistema generalizado de troca de informações para estabilização das expectativas da sociedade quanto à equação da abundância e da escassez na oferta e na procura de bens, o que condiciona a definição e oscilação dos preços.

No entanto, além destas funções sistêmicas, desde os seus primórdios, a questão da capacidade do jornalismo de produzir efeitos sobre a sociedade já se configurava como uma ameaça à estrutura de poder estabelecida, evidenciando seu caráter ambíguo (ESTEVEZ, 2003, p. 153): por um lado, representava um instrumento de dominação; mas, também, por outro, constituía-se num fator de libertação, emancipação de tutelas e esclarecimento.

114

Portanto, o objetivo deste trabalho é entender as concepções específicas sobre a mídia noticiosa (sociologia do jornalismo) e a sua capacidade - ou incapacidade - de produzir efeitos na sociedade, bem como as relações de poder envolvidas no embate pelo controle do campo jornalístico, sob a perspectiva da teoria do agendamento (*agenda setting*). Neste sentido, são analisadas as teorias da notícia como espelho da realidade, da ação pessoal (*Gatekeeper*) e organizacional, bem como da ação política, etnoconstrucionista (*News Making*) e estruturalista, estas últimas abordagens identificadas com o paradigma da notícia como construção e fundadas a partir da “guinada lingüística”, vinculando criticamente a teoria do discurso jornalístico à mudança social. Neste contexto, a teoria da ação comunicativa de Habermas é vislumbrada como modelo capaz de orientar uma aproximação entre as abordagens “liberais”, que desvinculam o funcionamento da mídia noticiosa da estrutura de poder, e “radicais”, que acusam os meios de comunicação de se subordinarem à ideologia da classe dominante (SERRA, 2001, p. 85).

1 As primeiras reflexões sobre a comunicação de massa

Enquanto, na Alemanha, o advento da mídia eletrônica, com a massificação do rádio, despertou o aprofundamento da linha de reflexão crítica sobre os efeitos da comunicação de massa, especialmente através de Theodor Adorno e de Max Horkheimer, nos Estados Unidos, foi constituída a chamada *mass communication research*, cujos trabalhos, de franca inspiração positivista, ficaram cientificamente prejudicados diante do comprometimento “administrativo” das pesquisas com os grandes veículos, as agências de publicidade e o governo norte-americano (notadamente as forças armadas), que os financiavam (WOLF, 1994, p. 18). Neste sentido, a questão dos efeitos da mídia sofre uma variação radical – da onipotência atribuída aos veículos de comunicação de massa pela Teoria Hipodérmica à Teoria dos Efeitos Limitados, na qual se pretende, praticamente, negar qualquer poder de influência sobre as pessoas do público -, porém, a despeito de se constituírem em posições extremas e diametralmente opostas, essas concepções, nos momentos históricos em que vigoraram, encaixaram-se, perfeitamente, com os interesses da estrutura de poder que financiou as pesquisas que lhes deram origem.

A persistência da hegemonia da Escola Sociológica Funcionalista até a década de 70 fica patente na argumentação inicial da Teoria do Agendamento (*Agenda Setting*), que sempre partia, timidamente, da ressalva de que a mídia não teria nenhuma capacidade de influir sobre a opinião das pessoas, mas que haveria indícios de que poderia indicar os temas que se deveria levar em consideração como relevantes na análise da realidade.

Portanto, só 30 anos após o pioneiro trabalho de Cohen é que a Teoria do Agendamento vai promover uma “virada pelo avesso” no seu paradigma, salientando que os mídia não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar.

A Teoria do Agendamento apresenta três componentes básicos: a agenda midiática (ou agenda jornalística), o conteúdo da mídia; a agenda pública, acontecimentos e assuntos vividos efetivamente pelas pessoas que compõem o público por serem considerados como relevantes; e agenda das políticas governamentais, eventos e informações patrocinadas pelo aparelho do Estado.

Correspondendo a cada uma dessas agendas, Molotch e Lester classificam três tipos de atores ou agências principais que exercem influência sobre a definição da agenda jornalística: a) os promotores de notícia (*news promoters*) – indivíduos que identificam uma ocorrência como especial e, assim, a difundem com base em algo, por alguma razão, para os outros; b) os jornalistas, editores, redatores e todos os profissionais do campo jornalístico (*news assemblers*) que codificam os materiais fornecidos pelos promotores, transformando estas ocorrências promovidas em acontecimentos públicos; e c) os consumidores de notícia (*news consumers*), cidadãos que assistem aos produtos jornalísticos “e criam, desse modo, nos seus espíritos, uma sensação do tempo público” (MOLOTCH; LESTER, 1999, p. 38).

O processo de fabricação da notícia tem origem no promotor. Na montagem do produto jornalístico, os profissionais da mídia, de forma tão mais independente quanto mais democrática for a sociedade, exercem livremente o reconhecimento da relevância dos acontecimentos, seguindo os critérios profissionais deontológicos que indexam estes fatos dentro do modelo cognitivo de interpretação da realidade vigente na cultura em cada momento específico da formação social. Os desvios desses mapas ideológicos de leitura do real são tratados como parcialidade ou outra distorção patológica.

As pessoas do público consumidor dos produtos jornalísticos compõem, em última instância, as galerias da esfera pública geral e abstrata articulada pela mídia, que aqui funciona como sinônimo de agenda pública. No entanto, a soberania ideal do público limita, mas não elimina a capacidade das empresas de comunicação de massa de exercer influência sobre a sociedade, pois “o resíduo de biografia, materiais anteriores disponibilizados pelos *media* e o presente contexto, tudo isso molda o trabalho do consumidor de construção de acontecimentos” (MOLOTCH; LESTER, 1999, 42).

Portanto, a assimetria de poder entre a agência governamental dos promotores da notícia, a agência jornalística dos profissionais da mídia e a agência pública dos simples consumidores ilustra também os três tipos de acesso de que dispõem para tentar coincidir as suas necessidades de acontecimentos com a efetiva produção do discurso jornalístico.

(1) O acesso habitual ou privilegiado, tipo de acesso contínuo usualmente mantido pelos promotores de notícias que compõem a agenda

política governamental (fontes oficiais) e estão no centro da estrutura de poder.

(2) O acesso disruptivo é o recurso daqueles que necessitam de um acesso habitual à agenda midiática, mas, para isso, precisam lançar mão da disrupção, ou seja, necessitam penetrar nas formas habituais de produção de notícias, quebrando a rotina.

Vale salientar que os setores que precisam recorrer ao acesso disruptivo à mídia são os dos excluídos, que enfrentam muita dificuldade devido a um aspecto fundamental da atividade dos promotores da notícia, que são, em geral, os proeminentes representantes da estrutura de poder do Estado e das grandes corporações do mercado: eles têm “interesses na promoção de certas ocorrências para utilidade pública, assim como interesses na prevenção de certas ocorrências de se tornarem acontecimentos públicos” (MOLOTCH; LESTER, 1999, p. 39).

(3) No acesso direto, exercido pelos jornalistas, estes *news assemblers* passam a tomar, assim, diretamente, a iniciativa pela promoção da notícia, “desenterrando” acontecimentos que, na maioria das vezes, a estrutura de poder gostaria de preservar longe do conhecimento público e provocando as fontes oficiais a comparecerem perante o tribunal da opinião pública para se explicar.

117

2 Quem exerce o poder do jornalismo?

Para a sociologia do jornalismo, é desafiadora a relevância das influências mútuas – “mas certamente desiguais” (TRAQUINA, 2001, p. 25) - que se verificam entre as três agendas, suscitando uma discussão de extrema importância sobre quem realmente determina a pauta jornalística.

Um exemplo desta discussão pode ser identificado na análise da relação da imprensa com o Congresso Nacional, realizada por Malena Rehbein Rodrigues (2002, p. 111-112), como sendo determinada pelos jornalistas, que fazem com que os congressistas se guiem mais em suas iniciativas pelo noticiário do dia do que pelos projetos em tramitação nos expedientes das sessões plenárias ou das comissões técnicas do Poder Legislativo.

Pode-se citar como contrários a essa conclusão não só Molotch e Lester, mas também Stuart Hall e outros, para quem os jornalistas não são os definidores primários de acontecimentos noticiosos, pois

representam um papel secundário colocando-se numa “posição de subordinação estruturada aos *primary definers*” (HALL et alli, 1999, p. 230).

É preciso, na questão da identificação dos atores com maior capacidade de definição da agenda jornalística, levar-se em conta não só que o campo da mídia é o local de geração do poder comunicativo, fundamental para as democracias modernas, mas também considerar as pressões e injunções exercidas nesse processo pelos controladores do capital investido nas empresas da área (donos dos veículos), pelos representantes da estrutura de poder do Estado e das organizações do mercado (inclusive os anunciantes) e pela própria sociedade através do público consumidor dos produtos midiáticos e dos cidadãos idealmente engajados num legítimo processo de constante atualização constitucional (auto-governo da sociedade) inerente ao Estado de direito democrático.

3 As teorias da notícia

118 O processo de comercialização, industrialização e profissionalização dos jornalistas, nos países desenvolvidos, foi incrementado no século XIX e consolidado no início do século XX. Com este novo jornalismo (jornalismo de informação) surge a idéia da possibilidade de uma separação precisa entre a divulgação de fatos e opiniões. Essa presunção, ainda hoje prevalecente na maioria das redações, vincula-se ao positivismo, que reinou na ciência e em todo esforço técnico-científico ambicionando imitar o novo invento da máquina fotográfica, capaz de reproduzir o mundo real como um espelho.

A reflexão crítica sobre o mito da objetividade esbarra em resistências dos próprios jornalistas. Essa reação dos profissionais evidencia o caráter ideológico do mito da objetividade, haja vista o seu significado, como falsa consciência, no empobrecimento da visão epistemológica da relação do jornalismo com o mundo, escamoteando a sua função estratégica no processo social de construção da realidade, isto, sim, se constituindo em fator de aviltamento da profissão. Aos jornalistas é cobrada a humanamente impossível tarefa de espelhar (ou rerepresentar perfeitamente) o mundo, o que o torna um profissional que nunca consegue atingir o desempenho que lhe é atribuído, ao mesmo tempo em que não é reconhecida a sua dimensão maior, e efetivamente

real, de participar da construção do mundo, por ser a mídia o local, por excelência, onde se processa a reprodução simbólica da realidade, funcionando como o local ou estuário onde a história em construção é germinada.

Durante a hegemonia do funcionalismo, não foi problemático o surgimento nos Estados Unidos, em 1950, do conceito de *gatekeeper*, em artigo publicado por David Manning White no *Journalism Quarterly*, pois não contrariou, já que até corroborava, alguns posicionamentos tradicionais da *mass communication research*, como o de entender a seleção das notícias como um processo puramente de escolha pessoal do jornalista, sem pressões ou coações dos proprietários dos veículos, das agências de publicidade e anunciantes ou do Estado.

Em 1955, no entanto, Warren Breed desenvolve a Teoria Organizacional, com uma abordagem sociológica mais consistente em que o produto jornalístico é tido como resultado das injunções e constrangimentos impostos aos jornalistas pela organização empresarial dos veículos de comunicação de massa. Claramente na contra-mão da linha “administrativa” dos estudos da época, a teoria de Warren Breed só pôde disseminar-se nos estudos científicos dos meios acadêmicos norte-americanos a partir dos anos 70, quando começa a ruir a hegemonia positivista-funcionalista.

Seis fatores são apontados pela Teoria Organizacional como relevantes na promoção do conformismo do jornalista com a política editorial da organização: (1) a autoridade institucional e as sanções; (2) os sentimentos de obrigações e de estima para com os superiores; (3) as aspirações de mobilidade; (4) a ausência de grupos de lealdade em conflito; (5) o prazer da atividade; (6) as notícias como valores.

Por outro lado Warren Breed identifica fatores que, dentro do âmbito de atuação da área de influência do jornalista, podem ajudá-lo a extrapolar os limites da política editorial do veículo e expandir o horizonte cultural do seu público, como o fato das normas da política editorial não serem claras (geralmente não são explicitadas no manual de redação, pois envolvem questões inconvenientes de serem assumidas publicamente), a tática da “prova forjada” (repassar a pauta a um colega de empresa concorrente para provocar a sua publicação e, assim, obrigar o seu jornal a ter que assumir o evento ou questão como notícia), entre outras possibilidades de subversão da política editorial pelos repórteres.

Dessa maneira, além de contemplar um aspecto crucial do processo de elaboração do produto jornalístico, que é o da contradição ideológica existente nas organizações empresariais da mídia, que se expressa entre os interesses dos proprietários e os dos jornalistas, raramente reconhecido nos estudos não só da época, mas também na atualidade, as reflexões de Warren Breed evidenciam a consciência de que o funcionamento do subsistema da comunicação de massa não é fechado, quer dizer, não se auto-referencia reproduzindo-se de forma autônoma (autopoietica) e reduzindo tudo mais – seu público e a sociedade de uma maneira geral - a mero entorno, como defende Luhmann (2000, p. 19).

4 As novas abordagens

Na Teoria da Ação Política, as notícias se constituem, verdadeiramente, em propaganda. Na sua versão de direita, os jornalistas aparecem como se constituindo em uma nova classe de burocratas e intelectuais com ineludíveis parcialidades políticas, que comprometem o relato da realidade dos fatos, manipulam a cobertura jornalística e distorcem as notícias para que reflitam os interesses envolvidos nas suas opiniões anticapitalistas (TRAQUINA, 2001, p. 81). Na versão oposta, Noam Chomsky e Edward Herman (1979) identificam a violência simbólica praticada pela mídia na distorção da cobertura noticiosa do papel do governo norte-americano na repressão ao chamado Terceiro Mundo, devido ao atrelamento desses veículos de comunicação de massa aos interesses e à ideologia das elites políticas e econômicas norte-americanas.

A perspectiva da distorção é explicada por Herman (1999, p. 214) como decorrente do fato de que somente um conjunto de fatos é posto pela mídia à disposição da população em geral, descartando-se a condição da “diversidade significativa”, ou seja, a exigência de “envolvimento de todos os temas de interesse substancial para a maioria da população nos assuntos selecionados pelos meios de informação e a disponibilização para inspeção pública de todos fatos e sistemas de interpretação relacionados com o tema tratado pela mídia”.

De uma maneira geral, Herman e Chomsky acusam cinco condicionamentos como responsáveis pela submissão do jornalismo aos interesses do sistema capitalista: (1) a estrutura de propriedade dos

mídia; (2) a sua natureza capitalista, isto é, a procura do lucro e a importância da publicidade; (3) a dependência dos jornalistas de fontes governamentais e fontes do mundo empresarial; (4) as ações punitivas dos poderosos; (5) a ideologia anticomunista dominante entre a comunidade jornalística norte-americana.

A partir dos anos 70, a investigação baseada no paradigma da notícia como uma construção envolve duas novas teorias – estruturalista e etnoconstrucionista – que apresentam uma contundente refutação da Teoria do Espelho, ao observar a impossibilidade de uma distinção rigorosa entre a realidade e o jornalismo, já que a mídia noticiosa participa da construção da própria realidade. Nesse sentido, argumenta-se também que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque não existe linguagem neutra.

Desta forma, tendo as rotinas como elemento-chave nas práticas de produção jornalística que englobam e são constitutivas da ideologia, a Teoria Etnoconstrucionista ou do *News Making* entende que o processamento jornalístico da notícia – selecionando, excluindo, acentuando ou minimizando diferentes aspectos dos eventos e temáticas, seguindo a orientação de um determinado enquadramento - dá vida aos acontecimentos, pois os faz significar de uma ótica própria, e, assim, reconstrói esses fatos e, a partir deles, participa da construção da realidade.

Além desses cuidados que o jornalista deve ter na codificação de seu produto, é preciso levar em consideração que seu trabalho é submetido a uma longa cadeia organizacional estruturada por uma hierarquia de editores e seus assistentes. Ciente dessa realidade que envolve o processamento da notícia, o jornalista é levado a conjecturar sobre os interesses de seus superiores, e todos sobre a vontade do proprietário. No final, “todos criticarão a notícia após a sua publicação” (TUCHMAN, 1999, p. 77).

Portanto, para os teóricos do *News Making*, tanto quanto para os estruturalistas, o critério de noticiabilidade, como produto de múltiplas negociações, legitima o *status quo*. Neste contexto, os grupos sociais que atuam fora do consenso são vistos como marginais e a sua marginalidade é tanto maior quanto mais se afastarem do social legitimado, através da afirmação e da demonstração de atos de violência.

A Teoria Estruturalista compartilha com a versão de esquerda da Teoria da Ação Política a idéia de que a mídia exerce um papel relevante na reprodução da ideologia dominante, mesmo que salientando o caráter inconsciente e involuntário com que “os *media* têm-se transformado efetivamente num aparelho do próprio processo de controle – um aparelho ideológico de Estado” (HALL et alli, 1999, p. 248).

O controle sistêmico que o jornalismo, geralmente, exerce na preservação da estrutura de poder, contudo, na visão dos estruturalistas, não se constitui num processo fechado, pois os veículos de comunicação de massa não fazem parte do aparelho de Estado, possuem lógicas e interesses próprios que podem levá-los a entrar em conflito com os poderosos definidores primários da notícia, bem como angariar vantagens com as possíveis disputas entre as instituições da estrutura de poder.

A tremenda desigualdade no poder de definir a agenda midiática, existente na relação entre os jornalistas e os poderosos do Estado e do mercado, fica patente na distinção que os estruturalistas fazem desses agentes sociais como definidores primários da notícia, enquanto os profissionais da imprensa figuram apenas como definidores secundários.

A construção do consenso no idioma público da mídia, portanto, na visão dos estruturalistas, não prescinde da facticidade (coação de pressões externas), mas a realização dessa função perlocucionária depende mais dos valores noticiários contidos nas práticas profissionais para induzir à reprodução da ordem institucional vigente. Desta maneira, coincide com a distinção observada por Terry Eagleton (1997, p. 122) sobre as duas dimensões da ideologia: uma externa ao discurso (ou extradiscursiva), manipulada pelos meios de controle sistêmicos dinheiro e poder; e outra interna aos discursos (ou intradiscursiva), respaldada no pano de fundo da tradição cultural, em que “lacunas, repetições, elisões e equívocos são significantes” para compreensão de determinada “forma de comunicação sistematicamente distorcida”.

Dentre os inúmeros modelos desenvolvidos para explicar a produção das notícias, podem ser identificadas abordagens passivas que concebem uma representação da realidade, pela mídia, praticamente sem mediação (teoria do espelho), ou concepções que atribuem, de forma mais ou menos intensa, capacidade de influência a fatores externos ou internos ao próprio discurso jornalístico. Os fatores internos à mídia noticiosa dizem respeito aos proprietários e às políticas editoriais das

empresas jornalísticas, às motivações biográficas (simpatias pessoais, códigos de valores-notícia ou constrangimentos organizacionais) dos profissionais. As “pressões de fora para dentro exercidas pelos leitores, anunciantes ou fontes” caracterizam os fatores externos capazes de influenciar o discurso jornalístico.

Em face desses parâmetros, Sônia Serra (2001, p. 85) aponta, em linhas gerais, na abordagem liberal-pluralista, a vinculação a uma concepção dos veículos de comunicação de massa como “organizações independentes da estrutura de poder da sociedade, controladas principalmente externamente pelos seus consumidores e pela competição entre as fontes e internamente pelos seus profissionais, influenciados pelos valores comuns da sociedade”. Nessa abordagem, compete à mídia noticiosa as funções de vigilância sobre os governos, garantia de acesso de todas as interpretações e a disponibilização de representações objetivas para o estabelecimento de um debate amplo e geral nas questões de interesse público.

Na perspectiva oposta, a abordagem radical acusa os meios de comunicação de exercerem, principalmente, a função de veiculação da ideologia da classe dominante, devido à sua subordinação aos interesses do Estado capitalista e demais organizações poderosas na sociedade, apresentando uma atuação controlada pelos governos, anunciantes e proprietários, sob a influência das condições econômicas do mercado.

123

5 O modelo da Habermas e a tendência à convergência

Segundo Sônia Serra (2001, p. 83), as duas últimas décadas evidenciaram uma certa tendência de convergência entre as abordagens, por um lado, com os estudos liberais reconhecendo limitações estruturais no processo de produção de notícias, enquanto, por outro, a posição radical absorvia uma visão mais aberta, plural e dinâmica, sob a influência do conceito gramsciano de hegemonia e a inspiração da noção de campo sugerida por Pierre Bourdieu, ambos considerando a mídia um espaço de conflito.

Neste contexto, o modelo habermasiano vem exercendo uma considerável influência nos estudos sobre a imprensa, combinando elementos das visões radicais e liberais, sobretudo depois da revisão (HABERMAS, 1997), 30 anos depois da elaboração original (HABERMAS, 1984), do conceito de esfera pública, ampliando a

dimensão de sua relevância, antes destacadamente normativa e, agora, também, expressivamente empírica.

Além dos atores institucionais poderosos das grandes corporações do mercado e do sistema político, o conceito revisto de esfera pública reconhece relativa autonomia aos jornalistas e profissionais da mídia, mediante a influência que o público exerce na visibilidade midiática como espectadores das “galerias”, bem como dos atores coletivos periféricos à estrutura de poder que, nos momentos de crise, quando se verifica uma maior mobilização na esfera pública, podem, a despeito das desvantagens estruturais, prevalecer na definição da pauta da agenda midiática, formando opinião e vontade capaz de se transformar em poder comunicativo e, assim, definir a atuação do Estado sobre as questões tematizadas.

Para salientar as características de seus atores, vale frisar os três tipos de situações que acontecem na definição de posição públicas na visibilidade midiática: o modelo de acesso interno, quando os atores da estrutura de poder do Estado e do mercado satisfazem seus interesses num espaço de opacidade, em que as questões não são tratadas abertamente e as decisões são divulgadas como fatos consumados (circunstância em que a esfera pública fica neutralizada, em estado de “repouso”, mas não extinta, pois certos acontecimentos podem acordá-la repentinamente); o modelo de mobilização, em que a iniciativa permanece com os agentes organizados, mas estes precisam utilizar-se dos meios de controle sistêmicos dinheiro e poder, na tentativa de mobilizar a esfera pública para tentar desonerar o sistema das pressões por sentido e legitimidade; e o modelo de iniciativa externa, no qual os atores dos movimentos sociais excluídos da estrutura de poder alcançam a agenda da mídia, obrigando o debate formal sobre seus temas e reivindicações, através da pressão da opinião pública.

De uma maneira geral, é bastante evidente a convergência de posições das teorias estruturalista e etnoconstrucionista com a Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, quanto à questão específica dos efeitos midiáticos. Pode-se verificar isso no reconhecimento da majoritária tendência dos produtos jornalísticos de funcionarem como meio de controle sistêmico, visando a reprodução da ordem estabelecida e, conseqüentemente, a colonização do mundo da vida, bem como, por outro lado, com relação à possibilidade de fluxos comunicativos da periferia da estrutura de poder tornarem-se, através da mídia noticiosa,

poder comunicativo com articulação de opinião e vontade capaz de influenciar os poderes Legislativo, (e, a partir deste, os demais) Executivo e Judiciário.

Contudo, persistem posicionamentos contraditórios relacionados com a intencionalidade da ação estratégica perlocucionária no discurso jornalístico. Enquanto Edward Herman, Noam Chomsky e Jürgen Habermas identificam na atuação da mídia noticiosa uma pressão deliberada para interditar significados e bloquear reivindicações de legitimidade, os estruturalistas e etnoconstrucionistas vêem essa função sendo determinada de forma difusa, através das estruturas e rotinas do processo de produção das notícias, nas quais os jornalistas reproduziriam, de certa forma latente, inconsciente, a ideologia dominante e os interesses da estrutura de poder.

Todavia, mesmo no Primeiro Mundo, e não só no Terceiro, parece evidente a influência dos meios de controle sistêmicos. Então, essas duas formas de dominação não são excludentes, pois coexistem em maior ou menor intensidade. Claro que nas sociedades menos desenvolvidas, o grau de racionalização processado pela sociedade é mais incipiente, e os representantes (as elites) usufruem de maior autonomia, já que os representados não têm condições de cobrar da imprensa uma fiscalização efetiva do exercício do poder político. Contudo, não deixa de existir parcialidade e manipulação nas sociedades desenvolvidas, como bem atestam os estruturalistas e etnoconstrucionistas.

Assim, nessas duas alternativas, pode-se considerar também a dicotomia entre uma dominação imposta pela facticidade, por coações de pressões externas às pessoas dominadas, e outra negociada através da construção de consensos em torno do discurso ideológico dominante, portanto, uma dominação baseada no consentimento ativo (racionalmente motivado) dos dominados sobre o que consideram como válido. Uma dominação exercida discursivamente e outra baseada em recursos deslingüístizados (dinheiro ou poder). Evidentemente que o papel (a qualidade) do jornalismo nas duas alternativas é substancialmente distinto, revestindo-se, na alternativa positiva, de uma importância crucial na aceleração da mudança social, na elevação dos padrões de convivência e da qualidade de vida, enquanto, no segundo caso, torna-se fator de opressão, de incremento do potencial de conflitos e de violência.

É preciso se reconhecer que não é conveniente (ou, pelo menos, existe um limite de tolerância de acordo com o nível de consciência da sociedade) para os veículos jornalísticos controlarem o seu produto final através de atos de arbitrariedade, como o da manipulação descarada, já que não é fundamentada discursivamente em razões potenciais. Por isso, não parece ter muito futuro uma forma de gestão da mídia que garanta o controle de seu produto final através do exercício da força da violência hierárquica do sistema, comprometendo a credibilidade do meio de comunicação, o que se reflete diretamente nos percentuais de audiência do público.

6 O discurso jornalístico e a mudança social

A concepção da atividade jornalística como significando um discurso – o discurso jornalístico – não é gratuita, tendo em vista que este se constitui no seu principal produto e o resultado final do seu funcionamento junto às outras instituições. Segundo Adriano Rodrigues, enquanto os outros tipos de discurso restringem-se a um domínio específico da experiência, constituindo-os como discursos *esotéricos*, o discurso jornalístico caracteriza-se por não ter o âmbito de sua legitimidade delimitado por um domínio restrito da experiência, sendo transversal ao conjunto de todas as áreas da experiência moderna, o que o reveste de um caráter *exotérico*².

É essa distinção que faz os discursos das outras instituições precisarem funcionar, em geral, como mecanismos de controle de acesso (exclusão), enquanto o discurso jornalístico precisa seguir o imperativo (inclusivo) da transparência e da visibilidade universal, constituindo-se num sistema que torna as modalidades discursivas esotéricas acessíveis à esfera pública geral que articula e contribuindo, assim, para homogeneização das sociedades modernas.

A naturalização é a modalidade estratégica mais importante que o discurso jornalístico desenvolve para compor as diferenças entre as instituições na ideologia hegemônica, tornando “natural” o caráter arbitrário das convenções necessárias à manutenção da legitimidade do poder exercido pelas instituições sobre os domínios da experiência. A tradução que o discurso midiático faz das modalidades discursivas das outras instituições torna imediatamente aceitáveis as pretensões legítimas elaboradas historicamente pelos integrantes dessas instituições,

“ao apresentá-las como naturalmente fundadas e, por conseguinte, indiscutíveis, o que tem como efeito mais importante a modernização dos fundamentos da legitimidade das outras instituições” (RODRIGUES, 2002, p. 225).

Norman Fairclough também reconhece na naturalização como a principal função do jornalismo na reprodução da realidade social, embora saliente a possibilidade da mudança social, tendo em vista que “o discurso como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 94).

Segundo o autor inglês, a definição das notícias também é primariamente decidida pelas pessoas da elite que têm acesso privilegiado à mídia e são tratadas pelos jornalistas como fontes confiáveis. E, quando as vozes dessas pessoas privilegiadas são representadas no discurso da mídia, de forma perlocucionária, na versão jornalística da linguagem popular cotidiana, há uma confusão nas identidades, pois as relações e as distâncias sociais entram em colapso, já que os grupos da estrutura de poder são representados como se falassem na linguagem dos próprios leitores, o que torna muito mais fácil a assimilação de seus sentidos. “Pode-se considerar que a mídia de notícias efetiva o trabalho ideológico de transmitir as vozes do poder em uma forma disfarçada e oculta” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 144).

Por outro lado, o discurso midiático é entendido como sistema aberto que, da mesma maneira que reproduz as relações de poder, também pode reestruturá-las, desafiando as hegemonias existentes. Coerente com a sua preocupação de vislumbrar a perspectiva da resistência no embate ideológico pela mudança social, Fairclough defende uma aplicação analítica da teoria do discurso que contemple a multiplicidade das práticas e suas contradições como reflexo de processos históricos que são moldados pela luta entre as forças sociais, na qual a mudança é uma possibilidade efetiva.

No Brasil, esta tendência também tem se verificado desde a obra pioneira e antecipatória de Luiz Beltrão, iniciada em 1960, com autores como José Marques de Melo (2006), Eduardo Meditsch (1992), Felipe Pena (2005), Alfredo Vizeu (2005) e outros que vêm contribuindo para consolidação da Teoria do Jornalismo como um campo de estudo específico.

Da mesma maneira, quanto à linguagem midiática em geral, as diversas correntes existentes no âmbito da teoria do discurso, portanto, têm a propriedade de enfatizar o caráter social e intersubjetivo do processo de construção de sentido público pela mídia noticiosa. E, entre essas linhas teóricas, que, em geral, são complementares, sobretudo na denúncia da distorção ideológica, o modelo habermasiano deve ser reconhecido pelo mérito de oferecer uma descrição consistente não só da reprodução da realidade, com a preservação da ordem institucional estabelecida, através da instrumentalização dos meios de controle poder e dinheiro pela racionalidade sistêmica (coação de pressões externas que caracterizam a facticidade), mas também da mudança social, indicando as condições pragmáticas universais necessárias à ampliação da base de construção de consensos autênticos, que podem proporcionar integrações sociais verdadeiras, legitimadas pelo consentimento racionalmente motivado dos cidadãos (validade). Só, assim, poder-se-á reverter a tendência à retração de sentido (anomia), que caracteriza a colonização do mundo da vida, através da ampliação do consenso intersubjetivamente compartilhado, requisito imprescindível para um convívio social mais justo e democrático.

7 Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz **Iniciação à filosofia do jornalismo**. São Paulo: Editora da USP, 1992.

_____. **Folkcomunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: FAI/Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2006.

EAGLETON, Terry. **Ideologia: uma introdução**. São Paulo: USP: Editora Boi tempo, 1997.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UNB, 2001.

HABERMAS, Jürgen. **A mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HALL, Stuart e outros. A produção social das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

HERMAN, Edward. A diversidade de notícias: marginalizando a oposição. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

LUHMANN, Niklas. **La realidad de los medios de masas**. Barcelona: Anthropos, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: UFSC, 1992.

MELO, José Marques de. **Teorias do jornalismo: Identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso jornalístico. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 2002.

RODRIGUES, Malena Rehbein. Agendando o Congresso Nacional. In: MOTTA, Luiz Gonzaga. **Imprensa e poder**. Brasília: UNB, 2002.

SERRA, Sônia. A produção de notícias e a esfera pública internacional. In: Práticas midiáticas e espaço público. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

Notas

130

2 O termo técnico **exotérico** é aplicado por Rodrigues (2002, p. 220) às modalidades discursivas que não se destinam a um corpo institucional particular, mas que se dirigem, sem discriminações, a toda a sociedade. O termo **esotérico**, por sua vez, designa, ao contrário, os discursos direcionados aos membros de uma instituição específica, exigindo o domínio das representações simbólicas próprias, as quais são relativamente inacessíveis aos estranhos do acervo de conhecimentos deste subuniverso simbólico.