



Jornalismo, cidadania e questões sociais em uma perspectiva midiática

Journalism, citizenship and social issues in a media perspective

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer

Professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás - UFG. Vice-Coordenadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia - UFG.

Simone Antoniacci Tuzzo

Professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás - UFG. Coordenadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia - UFG).



Resumo

Este estudo apresenta uma reflexão sobre jornalismo, cidadania, poder e política no Brasil, dentro da perspectiva de que o discurso midiático e especialmente o discurso do jornalismo se apresenta como um processo diferenciado de produção e veiculação de conteúdos. A análise tem como base uma leitura crítica da mídia e envolve uma ponderação sobre o jornalismo e a sua racionalidade prática, e sua relação com as novas tecnologias de comunicação e informação. O trabalho também traz uma reflexão sobre os estudos de jornalismo, suas teorias, epistemologias e métodos, buscando compreender sua importância e relações capilares de influência e poder que desenvolve com a sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Jornalismo; Cidadania, Prática social; Análise Crítica; Mediação.

Abstract

This study presents a reflection on journalism, citizenship, power and politics in Brazil, within the perspective that the media discourse and especially the discourse of journalism presents itself as a different process of content production and transmission. The analysis is based on a critical reading of the media and involves a consideration of journalism and its practical rationality, and its relationship with new communication and information technologies. The work also brings a reflection on the studies of journalism, its theories, epistemologies and methods, seeking to understand its importance and capillary relations of influence and power that it develops with contemporary society.

Keywords: Journalism; Citizenship; Social Practice; Critical Analysis; Mediation.

Introdução

Este estudo tem como ponto de partida uma análise da relação entre o jornalismo e as questões sociais pelo prisma da cidadania. Trata-se de uma análise cujo embasamento teórico conceitual envolve a perspectiva latino-americana de pesquisa qualitativa que, a partir de sua contextualização e desenvolvimento, exige do pesquisador um conhecimento amplo e fundamentado da produção e veiculação de produtos midiáticos, de forma a entender seus limites, utilidades e efeitos.

Esta pesquisa envolve elementos que fundamentam uma leitura crítica da mídia, dentro da proposta desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Rupturas metodológicas para uma leitura crítica da mídia - UFG, que teve início com pesquisas em 2012 e avançam para uma compreensão ainda mais significativa do tema.

O trabalho traz uma reflexão epistemológica que objetiva pensar em determinadas compreensões e análises do jornalismo, especificamente no que se refere a questões de poder. A partir dele, é possível compreendermos um posicionamento diante dos estudos de jornalismo, suas teorias, epistemologias e métodos. Ainda que o olhar recaia sobre o jornalismo brasileiro, por se tratar de um texto de reflexões sobre métodos de análise, não há uma análise ou fenômeno empírico aqui demarcado, mas sim, o jornalismo em uma dimensão institucional e unificada.

O objeto desta reflexão é o jornalismo, atividade cuja base é uma racionalidade prática característica das instituições que se relacionam com a sociedade industrial moderna. No entanto, ao contrário de outras atividades, o jornalismo lida com o imprevisível, com o estabelecimento de uma rotina de produção que, sendo fixa, também absorve o novo, o impensável. Além disso, o jornalismo possui características que o aproxima do serviço público (mesmo quando não subsidiado pelo Estado): seu fundamento é a verdade; ou, mais exatamente, o relato de fatos. Mas, ao tornar público estes fatos, o jornalismo interage com diferentes instituições sociais, grupos políticos e grupos de interesses econômicos, ou mesmo com diferentes setores da sociedade em uma dinâmica que, ao mesmo tempo que gera tensões, provoca adaptações e mudanças. Em função destas relações, o jornalismo e seus conteúdos, e da mesma forma a própria percepção do que é interesse público, não são sempre os mesmos, pois determinam e são determinados pelo contexto social, político, econômico e mesmo técnico que condicionaram a sua produção.



Conseqüentemente, quando o enfoque recai sobre o jornalismo latino-americano, deve-se pensar em sua produção a partir de diferentes formas e possibilidades de mediações que, mesmo inseridas dentro das práticas profissionais do jornalismo, enfrentam uma realidade complexa e em mutação. Particularmente, no Brasil, isso envolve múltiplas interações, ligações que valorizam o técnico-tecnológico (aqui inserido como prova de sua modernidade), e por movimentos nos quais a formatação das audiências e institucionalização de contratos de leitura se somam a estratégias para a consolidação de hábitos de consumo. No entanto, ainda que fugindo aos interesses mais explícitos de seus produtores, o jornalismo latino-americano também proporciona visibilidade a atores sociais diferenciados e estrategicamente ligados a interesses que são contraditórios às próprias indústrias da mídia.

Vários autores se dispuseram a analisar a complexidade destas relações. Em um processo que ao mesmo tempo valoriza o desenvolvimento histórico destas análises e sua continuidade, buscamos entender a visão de Max Weber (2001, 2005); Otto Groth (2011) e Martín-Barbero (2015, 2004). A partir desses autores, buscamos apontar de que forma o jornalismo se desenvolve como um procedimento de mediação, através do qual grupos de especialistas (jornalistas com formação profissional) se servem de aparatos técnicos/ tecnológicos para ampliar a difusão para receptores anônimos, fisicamente dispersos e pouco homogêneos.

A somatória destes aspectos aponta que estudar o jornalismo é sempre um desafio. Ele é sempre uma forma de interação que influencia e é influenciado pelo contexto no qual as dinâmicas de poder estão inseridas. Uma vez que estas dinâmicas estão em constante mutação, também o jornalismo é sempre novo. Conseqüentemente, as propostas metodológicas para sua análise e compreensão estão também em permanente metamorfose.

Para atender a estas demandas, a análise proposta neste texto tem como base a Leitura Crítica da Mídia, que exige do pesquisador um conhecimento amplo dos diferentes aspectos da produção midiática. Além disso, apresenta uma intencional distinção entre o termo método e metodologias/técnicas de pesquisa. Entende-se que o método utiliza-se de metodologias e técnicas, mas vai além de seus aspectos operacionais, pois é, sobretudo, uma opção filosófica/epistemológica. Assim, o método direciona uma abordagem, condiciona a percepção do contexto e é, em si mesmo, uma possibilidade de um olhar e entendimento que condiciona a percepção do objeto analisado.



Considerações teóricas: a mídia mediando o processo

O processo dialógico que o jornalismo possui com a sociedade não é somente uma oferta de informações, mas uma conversa social, que permite que a partir dos fatos e ideias narrados pelo jornalismo, a sociedade consiga fazer uma leitura crítica da realidade. Isso só é possível com o envolvimento de vários organismos sociais que, intermediados pela comunicação e em especial pelo jornalismo, possam criar ambientes de conversação e reflexão social, em um processo que retroalimenta a própria comunicação em seus diversos eixos de intermediação com a sociedade, envolvendo as mais variadas mídias impressas, eletrônicas ou sociais.

A leitura crítica abarca a compreensão de que cada ser social possui um universo de conhecimento único que antecede a própria leitura, e que este conhecimento é importante para a compreensão crítica do conteúdo. Temer (2014, p. 157) afirma que "o conceito deve ser compreendido a partir da distinção entre a leitura como ato de decodificação e a leitura como um ato de autonomia e criticidade, condicionado pelo conhecimento anterior".

É também Temer (2014) quem afirma ser na questão da função da imprevisibilidade da notícia que o jornalismo se torna fundamental para o receptor. Trata-se de um movimento mais complexo do que a simples necessidade imediata da informação. Os vínculos do acontecimento com o imprevisível e o inesperado exigem a mediação dos jornalistas/ jornalismo para que possam ser *compreendidos* pelo receptor. Neste sentido, muitas transformações podem ser notadas no telejornalismo brasileiro, por exemplo, que coloca hoje seus jornalistas em processos de participação da notícia, atuando como atores em situações reais de envolvimento com a espetacularização da notícia, realizando atividades físicas, educativas ou culturais, em pleno envolvimento na ação comunicacional, ampliando o significado do termo mediação.

A origem latina do termo mediação tem base no francês *mediat/médiation*, mas pode ser melhor compreendido pelo seu derivado, *intermediation*¹. O significado comum do termo remete à noção de intermediar, de fazer mediação ou arbitragem entre duas pessoas, duas ideias ou posicionamentos. Conseqüentemente, o conceito de mediação sugere a presença de um *agente* ou

¹ Fora do espectro das línguas latinas, pode-se também compreender o termo a partir do inglês *mediate*, ou o alemão *Vermittlung*.



dispositivo que se coloca entre outros indivíduos com capacidade de compreensão/decodificação, com finalidades específicas.

Nos trabalhos ligados aos estudos sobre comunicação, Benjamin (1992) foi o primeiro a conceituar a mediação, tendo como base a compreensão de que não é possível entender o que se passa culturalmente com as massas sem considerar sua experiência. O autor pensa mediação como uma relação que transforma as condições de produção em função das mudanças na experiência social (da cultura).

Consideramos também a visão de Martín-Barbero que, na década de 1980, inseriu a expressão na questão da hegemonia aplicada às relações culturais. Essa abordagem tem grande influência nos estudos sobre a comunicação no Brasil e na América Latina, fomentando um novo olhar sobre questões relativas ao então chamado Imperialismo Cultural².

O largo uso do termo, no entanto, não garantiu uma apropriada definição conceitual. Mesmo Martín-Barbero, na obra que traz no título a expressão *dos meios às mediações*, (publicado no Brasil em 1997) apresenta a ideia de mediação, a partir de um conjunto de dispositivos pelos quais “a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida em comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 265). Embora evidencie que este *dispositivo* tem a capacidade de ligar dois pólos e contribuir para que uma transformação aconteça a partir daí, a noção não fornece um conceito mais completo do que é mediação.

Este esforço foi feito posteriormente por Orozco Gómez (1994), que além de apontar suas possibilidades metodológicas de utilização do termo mediação, descreveu e categorizou suas diferentes amplitudes. Com base no trabalho destes dois autores é possível dizer que a perspectiva da mediação é entender o processo de comunicação.

Trata-se, portanto, de uma perspectiva de estudo na qual os processos produtivos das mídias são examinados, teoricamente ou empiricamente, a partir das rotinas produtivas, ideologias profissionais, produtos, práticas e efeitos, sem necessariamente se afastar do estudo formal do próprio texto midiático, uma vez que estes são espaços (reais e conceituais) nos quais ocorre uma mediação. A partir desta relação, e considerando os trabalhos dos autores citados, entendemos mediação como uma prática social que absorve diferentes discursividades, vinculando estruturas,

² Imperialismo cultural é um termo atribuído a um conjunto de políticas que objetivam ampliar a esfera de influência geopolítica de um país sobre outros, com imposição de sua cultura.



formas ou práticas (de produção, consumo etc.) diferenciadas a partir de lógicas ou temporalidades. A mediação, portanto é uma prática que se dá no *momentum* no qual o conteúdo absorvido é reorientado, ressignificado ou tem seu sentido ou valor redirecionado.

Consequentemente, a mediação é ação nas quais ocorre a materialidade da vida, ou no qual os indivíduos agem na reconfiguração da materialidade social e a expressividade cultural. Sendo ação, a mediação também requer um *locus*, que se configura como espaço de tensão, um lugar de vivência no qual os sentidos são tocados pela ambiguidade e eventualmente, transformados (MARTÍN-BARBERO, 2015).

Sendo vivência e lugar, a perspectiva da mediação é particularmente viável para uma Leitura Crítica da Mídia que se apoie (mas não se limite) aos estudos empíricos, possibilitando análises que vão desde as questões sobre gêneros textuais, aspectos específicos da produção cultural industrializada e outros elementos que tipificam a comunicação contemporânea. Ou ainda, todo um conjunto de elementos pertinentes aos estudos sobre mídia e, particularmente, sobre o jornalismo.

Estudos midiáticos a partir de uma Leitura Crítica

Uma pesquisa sobre mídia, particularmente a de caráter qualitativo, além de se apoiar em Teorias da Comunicação, deve também, buscar métodos que possibilitem as reflexões sobre os práticas comunicativas, considerando que toda prática carrega consigo uma teoria, um pensamento acerca daquela concepção.

Neste sentido, o ponto de partida da Leitura Crítica da Mídia está na interdependência estabelecida pela filosofia marxista chamada de *práxis*, que coloca o planejamento e a execução em campos comuns (POLISTCHUK E TRINTA, 2003). Ao trabalhar nesta perspectiva a Leitura Crítica da Mídia reconhece que a matéria prima comunicacional (a informação) é um elemento que se insere no processo de comunicação (mas não é o processo *per si*); e que este processo envolve resultados (efeitos) a curto, médio e longo prazo.

Trata-se, portanto, não só de uma metodologia, mas uma forma de direcionar o olhar, um componente fundamental para o desenvolvimento da criticidade, da capacidade de transformar o seu mundo. Trabalhar a leitura crítica envolve, consequentemente, revisitar as certezas, mas também

organizar sínteses, combater o conformismo, inquietar-se por aquilo que está além dos dados obtidos na pesquisa.

A Leitura Crítica da Mídia adequa-se aos estudos sobre mediação uma vez que o método busca desconstruir conteúdos e discursos, desvelando as ideologias que se escondem por traz das práxis de comunicação e envolve a compreensão do próprio ato de leitura, entendendo que a leitura do mundo precede a leitura das mídias. Para isso é necessário distinguir entre a leitura como ato de decodificação, autonomia e criticidade dentro da perspectiva freiriana, para quem “a leitura da palavra não é apenas precedida pela leitura do mundo, mas por uma certa forma de ‘escrevê-lo’ ou de ‘reescrevê-lo’, quer dizer, de transformá-lo através da nossa prática consciente” (FREIRE, 1989, p. 13).

Em uma elaboração mais abrangente, a Leitura Crítica da Mídia prevê uma *desalienação* ou iluminação por meio da reflexão, desvelando as ideologias que se escondem por traz de discursos e ações de autojustificação ética e de outros aspectos apregoados pelos seus produtores, a crítica dos conteúdos e das *práxis* com o propósito de imaginar uma outra situação possível, e ver o que não está evidente.

Destaca-se ainda que a Leitura Crítica da Mídia exige que o pesquisador tenha um conhecimento amplo da Teoria Crítica e esteja seguro em passear pelas vertentes que surgem deste pensamento, como as abordagens estruturalistas-semiológicas da Escola Francesa e as abordagens críticas latino-americanas que trabalham conceitos ligados à mediação.

No caso particular deste análise, buscamos desenvolver uma Leitura Crítica do Jornalismo enquanto atividade socialmente inserida - que afeta e é afetada – nas relações de poder entre o Estado e outros setores da sociedade. Neste sentido, serão destacadas as contradições internas de um modelo de jornalismo que, alicerçado na modernidade, enfrenta a complexidade das relações sociais contemporâneas e que, na busca de denunciar e divulgar, não enfrenta as verdadeiras questões de interesse público.

0 Jornalismo como poder no Brasil

O jornalismo no Brasil está historicamente vinculado a empresas privadas, cuja propriedade está, em grande parte, concentrada em famílias com interesses econômicos e políticos expressivos.



Essa oligarquia midiática tem delineado um perfil particular neste novo século. Primeiro porque sua importância se ressignifica, mas se mantém com a insurgência das novas Tecnologias de Comunicação e Informação e com os investimentos externos nestes grupos; depois porque as alianças entre as elites locais e/ou regionais passaram por novas configurações em função de avanços de novos atores, em particular de grupos religiosos cujos investimentos no setor já se consolidam.

Embora em ritmo distinto em diferentes países e/ou contexto, o crescimento da Internet e das Redes Sociais, somado ao surgimento de diversos títulos de jornais digitais, vem afetando o posicionamento editorial de grandes empresas transnacionais de comunicação (no Brasil, o exemplo seria as Organizações Globo), cuja mudança nos conteúdos jornalísticos abre espaço para questionamentos sobre as dimensões políticas (o poder) do jornalismo frente a outras instituições.

Poder e política são dois termos intimamente ligados. Embora o conceito de poder varie no tempo e em função da corrente de pensamento abordada, ele pode ser definido a partir de uma visão mais ampla como a capacidade de fazer triunfar uma vontade. O poder, assim, se realiza enquanto ação, e fora dela é uma aceção subjetiva, algo que se pode ter ou perder, algo atribuído ou associado a pessoas ou instituições por elementos subjetivos ou pela posse ou competência na utilização de bens ou recursos. Já a noção de política, em sua origem derivada da palavra grega *polis*, remete ao que diz respeito à vida social, civil e pública.

Bobbio (1986, p. 83-84) nos introduz no espaço conceitual da democracia como “governo do poder visível ou como governo do poder público em oposição ao poder autocrático”. Assim, nas democracias, a política seria a atividade pública (visível) relativa às coisas públicas (do Estado). E é a mídia que tem o poder de definir o que é público no mundo contemporâneo, o que faz da mídia também um poder, o poder simbólico (vulgarmente tratado como quarto poder).

O entrelaçamento destes pontos ocorre porque os políticos necessitam de visibilidade, e portanto dependem do uso das mídias - do poder simbólico - para cultivar e sustentar não apenas os seus respectivos status enquanto *homens públicos*, mas sobretudo para manter a crença na legitimidade do sistema. Esse elemento é um dos aspectos que reforça o jornalismo enquanto instituição cuja força dialoga e se impõe frente a outras instituições.



A perspectiva de Weber e Groth sobre o jornalismo

Para Weber (1972), a instituição jornalismo deve ser vista como uma ação racional tanto em relação aos fins quanto aos valores. A imprensa era objeto de seus trabalhos datados do início do século XX, quando preocupou-se com a crescente influência dos anunciantes sobre os jornais. O autor, considerado um dos fundadores da sociologia, conhecia o tema para além de uma abordagem teórica, e apontava com propriedade que as empresas jornalísticas não podem ser compreendidas como “simplesmente empresas capitalistas com a ânsia do lucro, mas também organizações políticas que funcionam como clubes políticos” (WEBER, 1972, p. 80-81).

Weber aposta em uma proposta teórica para análise do jornalismo como ação social racional de dois tipos: conforme os fins e conforme os valores. Considerado um intérprete com grande contribuição para o entendimento do desenvolvimento ocidental embasado em uma proposta de valorização da razão (a busca por uma sociedade racional), Weber aponta que as condutas serão tanto mais previsíveis quanto mais racionais. A importância e a aplicabilidade desta proposta e da metodologia compreensiva de Weber, repercute na contemporaneidade e delinea a noção de jornalismo como serviço de utilidade pública.

Nesta perspectiva devemos lembrar que o jornalismo se firma em sua base principal de existência que é relatar os fatos e os acontecimentos reais e atuais: a realidade ou a verdade. Contudo, apesar de muitas vezes os jornalistas e as empresas jornalísticas afirmarem possuir a capacidade de mostrar toda a realidade, como se fosse possível a aplicação da chamada Teoria do Espelho³, hoje essa ideia já não é mais defendida por todos.

De qualquer forma, é justamente o caráter de utilidade/compromisso público que condiciona a racionalização do processo de construção do conteúdo jornalístico, que o apoia no discurso de neutralidade e objetividade, elementos que, por sua vez, são formadores do *ethos* jornalístico, e que dão as condições para consolidar uma *ideologia profissional*; que as notícias devem ser selecionadas a partir dos acontecimentos recentes (atualidade), que tenham relevância e interesse público. É justamente a partir destes argumentos que o jornalismo se autolegitima como uma instituição essencial para as democracias, mas também é esse elemento que o define como profissão.

³ Inspirada pelo Positivismo do filósofo francês Auguste Comte (1798-1857), a teoria do espelho é considerada a primeira teoria do jornalismo pelos pesquisadores norte-americanos.



Desta forma, na percepção possibilitada a partir das análises do jornalismo por Weber, a atividade deve ser compreendida como um tipo de ação social racional, cujo sentido pode ser interpretado por meio da construção de uma razão que justifica sua existência, sendo, portanto, um serviço público.

Com este objetivo, e sempre apoiando-se em uma ideologia profissional cujas bases novamente retornam a uma racionalidade conceitual, é que as notícias são selecionadas a partir de fatos revestidos de relevância e interesse público. Também é a partir desta racionalidade que o jornalismo se autolegitima frente à sociedade urbana e industrial da contemporaneidade como uma instituição essencial para a manutenção das democracias, mas também como uma profissão a ser valorizada, pois supre a necessidade de colocar em circulação informações e ideias, e tudo mais que possa ser considerado importante e necessário para que os indivíduos (cidadãos?) efetivamente estejam aptos a decidir o seu futuro (e o do Estado) da melhor maneira possível.

Sendo ao mesmo tempo atividade comercial voltada para o lucro e atividade profissional condicionada pela ética, o jornalismo torna-se em si mesmo uma instituição, e como tal desenvolve interesses próprios que eventualmente comprometem ou condicionam a sua delimitação inicial. O jornalismo é racional em relação a seus valores, mas também uma ação racional em relação a fins, uma vez que foi historicamente formatado como organização privada capitalista com evidentes interesses na ampliação do seu capital simbólico e na sua capacidade de aumentar seus lucros e sua força de barganha nas relações com outras instituições de poder.

Todavia, ao inserir-se no jogo político do poder como uma força, o jornalismo extrapola sua condição inicial de divulgação dos fatos, e passa a ser uma atividade cujo objetivo é a manutenção de um *status* que não apenas garanta a sua sobrevivência imediata por meio de arrecadações lucrativas, mas também possibilite se manter e se fortalecer como instituição, ampliando seu alcance e suas possibilidades de interferência na vida social.

Discípulo de Weber, Groth (2011) se aprofunda nestes estudos sobre o jornalismo desenvolvendo as bases da jornalística, com a percepção de que para desenvolver-se interage em um mundo objetivo, rodeado pela natureza, sociedade e cultura. No entanto, este mundo diante de si está em permanente mudança e os conteúdos jornalísticos abrem possibilidades de novas relações e novas percepções da realidade.



Groth (2011) destaca também que a totalidade jornalística está contida em quatro aspectos: a atualidade, a difusão pública, a universalidade e a periodicidade. Isolados, cada um destes elementos tem um significado específico que define as atividades jornalísticas em função das condições sociais, estruturais ou econômicas e até mesmo técnicas que possibilitam a sua realização da atividade jornalística. Mas, é a compreensão dos vínculos internos destes quatro pontos que abre espaço para reflexões em dois eixos: os limites institucionais ou empresariais do jornalismo, a necessidade do jornalismo de funcionar como uma empresa - o que por sua vez empurra a atividade para relações de dependência com o capitalismo industrial moderno; e, por outro lado, a compreensão de que as normas de operacionalidade interna que possibilitam a captação e divulgação de informações são também elementos de mediação, que formatam/reformatam e até deformam as informações, dando base ao que se convencionou chamar de Teorias do Jornalismo: questões relativas às rotinas produtivas (*newsmaking*), seleção das informações (*gatekeeper*), entre outros.

A cidadania e a sua relação com a mídia

Os modelos de Jornalismo que se desenvolveram nas sociedades pós-coloniais latino-americanas envolvem uma relação de forças econômicas, sociais e políticas. Um tipo híbrido de quase monopólio controlado por poucas famílias, mas sendo estes grupos arautos de uma modernidade e de um modelo de democracia cuja base se assenta no neoliberalismo e no capital especulativo, eventualmente este espaço também se transveste (ou investe) em palco de reivindicações sociais, busca pela modernidade e luta por melhorias na qualidade de vida.

Inserida nesta relação, a percepção do jornalismo na América Latina a partir da Leitura Crítica da Mídia aponta que o que está realmente em foco nas suas práticas são as relações de poder; e conseqüentemente, o próprio processo democrático. Neste sentido, cabe também questionar o papel do jornalismo como mediador da cidadania, uma vez que frequentemente o jornalismo se associa e se autoproclama como atividade fundamental para o exercício da cidadania no mundo contemporâneo e para a concretização dos direitos políticos individuais.

Não estamos colocando aqui jornalismo como única possibilidade de mediação na relação indivíduo-cidadania, mas ele produz um conhecimento que, sendo diferente do científico, ao mesmo



tempo em que hierarquiza os acontecimentos do mundo, tende a carregar consigo credibilidade suficiente para validar e acrescentar dados à vida social, e, portanto, interferir na sua dinâmica. O discurso legitimador constantemente repetido pelos veículos jornalísticos agrega importância à atividade, mas também empodera aqueles que têm acesso às informações disponíveis no seu conteúdo. Estas relações, constantemente colocadas à prova em função do desequilíbrio histórico entre o sistema privado e o interesse público, a concentração familiar das empresas de radiodifusão e a propriedade cruzada dos veículos de comunicação, além dos evidentes vínculos dos grandes grupos de mídia com lideranças políticas regionais e locais, são questões que expõem os limites de uma imprensa que se propõe livre, mas que na verdade é incapaz de promover a real inclusão da maior parte da população no acesso às informações, um dos pilares da cidadania.

Tuzzo (2014) afirma existir uma ressignificação da palavra cidadania pela mídia, muitas vezes o seu significado está muito mais atrelado aos desejos de cidadania em um país como o Brasil, onde os direitos e deveres ainda estão aquém de sua concretização. Assim, o discurso midiático que classifica pessoas com o título de cidadão, ou a exacerbação do exercício da cidadania atrelado aos direitos políticos do voto nas eleições, limitam a própria plenitude do ser cidadão em uma sociedade complexa e multifacetada. Para Tuzzo (2014), nem todos são cidadãos, pois cidadão é somente aquele que está na sociedade de forma economicamente privilegiada e pode pagar pela cidadania, comprando, por exemplo, saúde, educação, segurança, lazer, ou seja, a cidadania é comprada, é privada, disponível e acessível para quem pode pagar por ela. "Assim, cidadania tem a ver com o privado e a busca da cidadania tem a ver com o que é público. Cidadania é a plenitude de existência do rico e a busca constante do pobre" (TUZZO, 2014, p. 177).

Direitos e deveres de cidadania estão muito mais ligados à política e à mídia, do que em seus eixos principais de sustentação que deveriam ser a segurança, saúde, transporte e educação, instituições falidas no Brasil, país de necessidades urgentes, a fim de que a população possa viver a cidadania e não apenas utilizar a palavra como sinônimo de gente, de povo e de desejante.

Reflexões para novas pesquisas

A análise da relação entre jornalismo e política, ou jornalismo e poder, envolve aspectos específicos que certamente vão muito além dos limites estabelecidos para a elaboração deste estudo.



Desde o final do século XIX o jornalismo agiu no sentido de selecionar e digerir para a maior população os fatos políticos e as situações de conflito que, segundo eles, foram importantes para a vida social. Essa relação envolve, entre outros aspectos, a apresentação do jornalismo como defensor dos valores da democracia e da liberdade de expressão, enfim, com um conjunto de valores que estão ligados ao exercício da cidadania.

A análise histórica aponta, no entanto, que essa proposta sempre esteve condicionada à defesa dos interesses das empresas jornalísticas, que em muitos casos estão inseridas em grandes conglomerados de comunicação. Estes interesses envolvem vários aspectos: podem ser imediatos ou objetivos; ou parte de uma estratégia a longo prazo, e envolvem benesses e concessões; ou interesses correlatos, como, por exemplo, o alcance do público mais amplo (ou, no caso dos veículos eletrônicos, da audiência) como capital simbólico para conquistar maior poder/representatividade social.

Em uma análise mais ampliada, fica claro que as possibilidades oferecidas pelas mídias digitais possibilitaram o surgimento de novos atores sociais, em muitos casos ligados às minorias, grupos, partidos ou associações que até então não tinham visibilidade. No entanto, estas *novas visibilidades* foram logo absorvidas pelos seus profissionais e redefinidas simbolicamente como uma *comprovação* de uma mudança no panorama político mundial. Um sintoma destas mudanças tem sido o desenvolvimento de recursos para ampliar a participação do público, incentivando o envio de vídeos relatando as mazelas locais, em uma tentativa de aproximação de conteúdo e linguagem.

Apesar disso, as empresas de comunicação ainda demonstram certa perplexidade com as novas formas de participação popular, e se surpreendem com a exacerbação de novas tecnologias, como o *Twitter*, por exemplo, mesmo ele tendo servido de base da comunicação para eleições majoritárias, como do presidente Jair Bolsonaro, eleito do Brasil, em 2018.

Trata-se de uma questão complexa, uma vez que as empresas jornalísticas tendem a investir na legalidade democrática, valorizando a participação popular nos diferentes processos democráticos, entre elas, as eleições majoritárias. De fato, mesmo ciente dos novos meios, buscando valorizar sua importância nos processos político e social, os veículos jornalísticos tendem a repetir estratégias que foram sucesso no passado, eventualmente acrescentando toques de modernidade que, sem mudar o elemento central, dão uma aparência mais tecnológica.



O jornalismo, e particularmente o que se convencionou chamar de grande jornalismo ou jornalismo de referência, se ressentiu das transformações ocorridas neste novo século. Inicialmente, os novos meios tinham grande potencial como ferramentas de trabalho; mas, tudo fica confuso, quando estes meios são usados para conclamar diferentes grupos para ir às ruas reclamar de forma ruidosa por seus direitos ou formatar veículos alternativos que rapidamente conquistam parcelas do público.

No Brasil, um exemplo desta reação envolve as relações da Rede Globo de Televisão com as manifestações populares ou com as novas utilizações de mídias sociais, elementos que demonstram que a emissora ainda não está plenamente segura de como lidar com as novas faces da democracia. De uma forma mais ampla, os veículos jornalísticos tradicionais se ressentem das escolhas deste novo público que, frente às novas opções de acesso a informação, já não é tão fácil de conduzir.

Direta ou indiretamente, os veículos jornalísticos tradicionais deixam vaziar o sentimento de que as novas mídias possibilitam ações cheias de boas intenções, mas nem por isso menos perigosa: os ingênuos que protestam têm razão e direito legítimos, mas o protesto é, em si, perigoso, pois abre um atalho pelo qual chegam os vândalos. Ao trabalhar a noção de que a ordem é mais importante do que a democracia, todavia, o jornalismo questiona a própria democracia, pois expõe e reforça a sua fragilidade.

No Brasil essa relação, evidentemente, se estende para a cobertura das eleições, que tende a transformar as manifestações populares em referências para afirmações e ponderações críticas ou de questionamento ao governo eventualmente incorporando/reproduzindo opiniões, valores e ideologias que negam a postura democrática do jornalismo.

Louvando e atirando farpas, o jornalismo assume uma ideologia do não conflito, ou de preservação dos seus públicos, mas também, de forma contraditória, investe na espetacularização como estratégia discursiva na busca de, mais do que informar, entreter e seduzir seu receptor. Nesta relação, o jornalismo brasileiro, em muitos aspectos ainda sobre o impacto da convivência histórica com regimes antidemocráticos, acaba sendo também uma vítima desses novos atores sociais, uma vez que segue sutilmente esquecendo as coisas que se tornam inconvenientes, mas, retomando-as do esquecimento quando provam ter utilidade; dando ao seu público o que pensa ou deseja, o que



ele queira ler/ver ou ouvir, mas, na verdade, se perdendo em uma realidade para a qual não se sente totalmente preparado.

Referências

- BENJAMIN, Walter. **Sobre a linguagem em geral e sobre a linguagem Humana**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1992.
- BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia. Uma defesa das regras do jogo**. Tradução: Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1989.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.
- _____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.
- OROZCO GOMÉZ, Guillermo. Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. In: **Televidencia. Cuadernos de Comunicación**, n. 6, México, pp. 69-88, 1994.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Fliertando com o caos: Comunicação, Telejornalismo e Estado**. Goiânia: FIC / UFG, 2014.
- TUZZO, Simone Antoniacci. O lado *Sub* da Cidadania a partir de uma leitura crítica da Mídia. In: PAIVA, Raquel e TUZZO, Simone Antoniacci. **Comunidade, mídia e cidade: Possibilidades comunitárias na cidade hoje**. UFG/FIC. Goiânia, 2014.
- WEBER, M. A "objetividade" do conhecimento na ciência social e na ciência política, In: **Metodologia das ciências sociais** - Parte 1. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2001.
- _____. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol II. Número 1, Florianópolis, UFSC, pp. 13-21, 2005.
- _____. O conceito de casta. In: IANNI, O. (org.) **Teorias da estratificação social: leituras de sociologia**. São Paulo: Editora Nacional, pp. 136-163, 1972.