

JORNALISMO, PODER E TECNOLOGIA: (IN) VIABILIDADES AO DIREITO À INFORMAÇÃO

Cibele Maria BUORO [□]

RESUMO

Este artigo pretende analisar e discutir qual o papel a ser exercido pelo jornalismo político a partir de um cenário que se constrói: o processo de desenvolvimento da tecnologia da informação contribuirá ou não para que a mídia leve adiante sua missão de formar o cidadão e fortalecer a democracia, considerando os processos de dependência política e econômica os quais a imprensa está inserida.

Palavras-chave: Poder; jornalismo político; tecnologia; poder econômico; poder político.

ABSTRACT

This article aims to analyze and discuss the role played by political journalism from a built scenery: 'the process of development of information technology will contribute or not with the media to continue its mission to educate the citizen

[□]Professora do curso de graduação em Comunicação Social (Universidade Anhembi Morumbi-SP). Mestranda em Comunicação Social (Universidade Metodista de São Paulo); pós-graduada em Ciências Políticas (Unicamp) e Graduada em Comunicação Social (PUC-Campinas). e-mail: cibeled@anhembimorumbi.edu.br

and to strengthen democracy, taking into consideration the processes of political and economic dependence in which the press is inserted.

Key words: *Power; political journalism; technology; economic power.*

INTRODUÇÃO

Manipulação, dominação, subordinação e alienação são conceitos associados aos meios de comunicação quando os assuntos em questão são o poder, a massa e a mídia. Nas palavras de CADIMA:

Um modo de comunicação corresponde sempre um modo de dominação para desenvolver toda uma argumentação que tem por objetivo final defender que qualquer função de comunicação está sempre ancorada num dispositivo histórico-cultural de sujeição/subordinação (2001, p.136).

Considerando o jornalismo uma instituição para a consolidação e fortalecimento do processo democrático, em quais pilares de sustentação o jornalismo político exerceria plenamente sua missão social considerando o atual processo de desenvolvimento tecnológico da comunicação? Temos duas questões a serem debatidas: a primeira, em um passado recente, a imprensa iniciou sua articulação de cumplicidade com o poder político (quando figuras eleitas a cargos políticos são donos ou se tornam, depois, proprietários de veículos de comunicação) e econômico (quando a linha editorial está submissa ao departamento financeiro das empresas de comunicação) como forma de manutenção de seu próprio poder. Uma segunda questão diz respeito ao desenvolvimento tecnológico que tem transformando os processos de produção da informação nos meios de comunicação. Apesar da possibilidade de dar voz às outras instituições, não apenas às oficiais, além da multiplicidade de opiniões e manifestação da individualidade na pluralidade, a mídia se notou limitada pela centralização de poder que as novas tecnologias administram. Diante de tais questões, qual a relevância do jornalismo político para a sociedade contemporânea? Quais obstáculos o jornalismo político terá de ultrapassar para conquistar

a retomada de uma sociedade alicerçada nos moldes da pluralidade, da participação política e reflexão cidadã? São estes os dilemas que este artigo pretende analisar e discutir.

PODER E JORNALISMO

Há quase 80 anos, o jornalista norte-americano Walter Lippmann levantou uma hipótese sobre o que seria o poder da mídia:

Lippmann defendia que os media são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos, antecipando-se ao surgimento da teoria do agendamento, que postulava um poder dos media mais limitado (TRAQUINA, 2005, p. 15).

Os acadêmicos Maxwell McCombs e Donald Shaw publicaram em 1972 um artigo na revista acadêmica *Public Opinion Quarterly* que, inicialmente apresentou o argumento de que os media podem não dizer às pessoas como pensar sobre os assuntos, mas são bem-sucedidas ao dizer às pessoas *no que* pensar. Vinte anos mais tarde, as investigações dos acadêmicos sobre a teoria do agendamento conduziram McCombs e Shaw a sustentarem que a teoria do agendamento é muito mais que a asserção de que as notícias influenciam aquilo em que as pessoas pensam. “Os media não só nos dizem no que pensar, mas também *como pensar* nisso e, conseqüentemente, *o que pensar*”.

Portanto, reconhece-se que os media hoje detém poder e influencia a esfera política. Quando a mídia omite ou distorce as informações ou quando publiciza notícias que não atendem ao conceito da pluralidade de versões e opiniões, está influenciando a arena pública. Há de ressaltar que os cidadãos dependem de informações que se aproximem o máximo possível da realidade dos fatos para que possam delegar o poder.

Concessões de televisão e títulos impressos transformam-se nos instrumentos de poder para que políticos conquistassem seus cargos eletivos e empresários da comunicação que não pretendessem cargos políticos pudessem, com a possibilidade de barganhar notícias de interesses da

classe hegemônica, conseguir privilégios de toda ordem, pessoal ou não:

(...) na Europa, o grande século do jornalismo é, porventura, o século XVII, altura em que predomina um “jornalismo de escritores”, ou “jornalismo de opinião”, eminentemente ligados à emergência de uma opinião pública ativa, que seria determinante da consecução das revoluções liberais européias (CADIMA, 2001, p. 83).

Vale ressaltar que o jornalismo, tal qual descrito por Cadima, manteve – e ainda mantém – intrínseco às atribuições que lhe compete, o poder de “vender” opinião, ou seja, o poder de formar cidadãos direcionados para esta ou aquela predileção política ou “convertidos” para algum conceito ou ideologia. O poder da mídia é o poder de formar opiniões.

É irrefutável: quem detém a mídia, detém o poder. E a mídia está se distanciando cada vez mais da construção dos conceitos políticos e do fortalecimento da formação do cidadão e o que é preocupante: a mídia está no centro do poder decisório e é responsável pela agenda nacional, a teoria do agendamento, de Walter Lippmann. A mídia agenda os temas a serem publicizados na sociedade e, o que se nota é que a imprensa não mais colabora com a construção do conhecimento político do cidadão.

Os meios de comunicação de massificam (quase) invariavelmente de fora. Ou então são vistos como meros transmissores dos discursos dos agentes e das informações sobre a realidade, neutros e portanto negligenciáveis (...) os meios de comunicação de massa ampliam o acesso aos agentes políticos e a seus discursos (MIGUEL, 2002, p. 55-56).

Nota-se que o autor ressalta ser a mídia apenas uma reprodutora de discursos políticos, uma publicizadora de discursos políticos que se fragmentam em meio a contextos desconexos e não a *construtora* de um saber político voltado para a cidadania.

A imprensa lê cinicamente a disputa política e os políticos se adaptam ao comportamento esperado, numa cadeia de alimentação mútua. Sem dúvida, é legítimo deplorar a cobertura predominante sobre a arena política, que se reduz às estratégias da disputa pelo poder e nega espaço ao debate sobre os projetos de sociedade. Mas também cabe indagar se, do ponto de vista de uma cidadania esclarecida, a desconfiança em

relação aos apelos do poder pelo “bem público” e uma visão mais crítica sobre os interesses que movem os líderes políticos não são avanços consideráveis (MIGUEL, 2002, p. 55-56).

A mídia distanciou-se do debate esclarecedor. O papel hoje prestado pela mídia na arena política se limita a conceder espaço para ofensas e disputas de marketing dos políticos, para a construção da imagem das figuras públicas e banalização do discurso político, enfraquecendo e anulando o debate de idéias de interesse social. A preocupação excessiva do governo e dos políticos com a opinião pública estabelece ainda mais os laços de cumplicidade entre governo e mídia. Os assuntos tratados pela imprensa estão na mira do governo, o que solidifica a dependência do governo no que diz respeito ao posicionamento político-partidário-ideológico da mídia e esta, por sua vez, passa a ser assediada financeiramente e economicamente pelos políticos e governo para que se rendam aos interesses privatistas, sendo bonificada com privilégios particulares, de outra natureza que não o interesse público.

Faz-se da mídia uma arena de negociação de interesses privados num espaço que é por direito público. A autonomia é instância de alta relevância para a imprensa. Esta necessita ser independente para atuar como alicerce de sustentação da democracia. Apesar de o exercício do jornalismo ter transitado para o mercado capitalista (o mercado de notícias), a mídia transformou-se num sistema divulgador de notícias fabricadas a partir de interesses de uma minoria que controla e detém o poder. Trata-se das informações “de um lado só” estrategicamente articuladas e produzidas pelas assessorias de imprensa das grandes corporações; ou as informações “politicamente corretas” que, a partir da decisão também estratégica de um político ou chefe de Estado, ganham as páginas dos jornais com rótulo de “verdade” jornalística.

JORNALISMO POLÍTICO E PODER ECONÔMICO

Não enaltecer a ética e o direito à informação, assim como subestimar a missão para a qual a imprensa se estabeleceu é excluir o cidadão da participação política; é relegá-lo ao desconhecimento e comprometer suas

decisões de interesse social. As informações são o alicerce para que o indivíduo se torne um cidadão. Essa prática corrompe a sociedade e mina os alicerces democráticos.

O jornalismo deve primar pela pluralidade de opiniões. A mídia hoje contribui cada vez mais para que o cidadão não conheça seus direitos e não conhecendo, não exigirá por eles. Todo o poder emana do povo e em seu nome é exercido, por isso o cidadão deve estar abastecido de informações para melhor delegar o poder. O jornalista deve ser livre para descobrir e publicar a informação que o cidadão precisa para exercer o poder político. Quanto mais livre a imprensa, mais democrático o País. Portanto, o que se pretende ressaltar neste trabalho é que a imprensa tem uma missão social com a construção dos princípios democráticos. E que, por estar inserida na esfera econômica, exerce atividades de uma empresa capitalista. Há aí uma incoerência: a imprensa é uma empresa capitalista que “produz” um bem social que, por prerrogativas, deveria usar como matérias-primas a isenção, a pluralidade de vozes, a liberdade de expressão, a verdade factual, o interesse social. O “bem social produzido” pela imprensa não consegue ser plural porque está tutelado pelos grupos de pressão que têm seus interesses protegidos pelo Estado via intercâmbio de favores políticos e econômicos. Por se aproximar dos grupos de pressão, a imprensa no Brasil elevou-se ao patamar de monopólio dos meios de comunicação, portanto, a inconsistência se refere na não possibilidade da mídia ser polifônica – ela atende aos interesses de um grupo minoritário detentor do poder, é cúmplice de seus interesses e por isso também detém o poder: o poder de contrariar a “ordem” imposta caso não se satisfaça com as estratégias e interesses dos grupos detentores do poder. Lembremos o Caso Collor e a cobertura da Rede Globo. Portanto, os debates políticos, a formação cidadã e a construção democrática são instituições díspares aos interesses do grupo que detém o poder. Cabe à imprensa distanciar-se ou ignorar tais instituições.

Num ambiente de acerbo conflito de interesses, é inimaginável que os meios de comunicação sejam os porta-vozes imparciais do debate político (...) já que a imprensa sempre defenderá certos segmentos sociais, mas sim que é necessário perceber que a mudança passa pela pressão da sociedade, isto é, dos grupos prejudicados pela forma dominante de

gestão da comunicação (MIGUEL, 2002, p. 55-56).

O jornalismo político sustenta o modelo de negociar favores com o poder que suplanta o direito à informação do cidadão. A heterogeneidade da participação política – assistimos à uma sociedade formalmente democrática, na qual há divisão entre governantes e governados – é cada vez mais constante. Um dos interesses dos grupos quem detém o poder é privatizar o conhecimento e os “terrenos” políticos, privando os demais cidadãos de intervir na esfera política. E a mídia é capaz de conseguir esse resultado, por conta do poder que detém em agendar (da teoria do agendamento) os assuntos políticos (*como será entendido, o que será entendido*).

(...) os meios de comunicação são, em si mesmo, uma esfera da representação política. A mídia é, nas sociedades contemporâneas, o principal instrumento de difusão, das visões de mundo e dos projetos políticos; dito de outra forma, é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade. O problema é que os discursos que ela veicula não esgotam a pluralidade de perspectivas e interesses presentes na sociedade. As vozes que se fazem ouvir na mídia são representantes das vozes da sociedade, mas esta representação possui um viés. O resultado é que os meios de comunicação reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta conseqüências significativas para o exercício da democracia (MIGUEL, 2002, p. 55-56).

Nota-se que a mídia deve representar a diferença mesmo num ambiente de interesses conflituosos da arena política.

Conciliar coletividade com interesses privados. É neste ambiente que o jornalismo político está inserido. Os interesses políticos e econômicos, que também estão revestidos de poder, se encontram em situação de vantagem com relação à mídia e, por isso, a domina, a entrelaça, a circunda, a seduz. Dos interesses políticos e econômicos de outros a imprensa consegue fazer valer os seus próprios interesses.

Por isso mesmo o jornalismo, na sua plenitude, exerce a mediação das tensões. A reportagem, ao captar as múltiplas verdades da guerra simbólica, sem perder a referência da coletividade, desmascara a verdade

absoluta e as verdades particularizadas. Embora haja momentos em que a opinião da imprensa se confunda com a dos tribunos partidários ou dos movimentos que se afirmam libertários (e foi assim do século XVIII ao século XIX nas revoluções liberais), a responsabilidade do direito à informação vem à tona sempre que o repórter assume a gesta coletiva (MEDINA in SEABRA e SOUSA, 2006, p. 29).

Ainda Medina:

O jornalismo contemporâneo foi além do Quarto Poder, porque a compreensão de poder se tornou mais complexa. Noções como inclusão social e exclusão, qualidade de vida, direitos humanos e da natureza ultrapassam a esfera clássica dos poderes republicanos e da democracia liberal. Ao se considerar mercado e sociedade civil, a estrutura política tradicional não dá conta da produção simbólica coletiva. O profissional que dá significados a tudo isso, ao narrar o que se passa à sua volta, não pode se ater às versões dominantes (direito divino) nem se constituir em tribuno (direito liberal) de determinadas motivações político-econômicas (MEDINA in SEABRA e SOUSA, 2006, p. 30).

Há a supremacia do poder econômico sobre a mídia? Sendo a mídia uma empresa do ramo da comunicação, a supremacia impede que os conteúdos políticos necessários para o fortalecimento da democracia despertem interesse sobre a agenda da imprensa e sejam debatidos via publicização destes temas.

Os órgãos de mídia compartilham de uma mesma visão de mundo, que inclui em especial o compromisso com a ordem capitalista. O mercado da mídia está cada vez mais concentrado (e internacionalizado). As empresas que o dominam têm peso crescente na economia como um todo. (...) Tal quadro deixa claro que os meios de comunicação, na forma em que existem hoje, dificilmente darão espaço para a expressão ou a constituição de interesses que ameacem as estruturas básicas do capitalismo. (...) o desequilíbrio de recursos que o capitalismo produz na esfera econômica transborda sem cessar para a esfera política, comprometendo a igualdade que é requisito para o exercício da democracia (MIGUEL, 2002, p. 55-56).

Esta reflexão faz ponte com autonomia que se pretende exercer

o jornalismo: “A autonomia do campo da mídia é permanentemente tensionada por sua inserção no campo econômico” (MIGUEL, 2000, p.55-56). A predominância do ideário do capitalismo sobre a missão da imprensa foi o primeiro degrau para o distanciamento da mídia com sua função social. O segundo passo se concretizou a partir da evolução das tecnologias de comunicação que têm obtido como resultado a individualidade cada vez mais sedimentada do cidadão. A individualidade é a morte da política.

Na era pós-industrial, a organização social e política de um Estado se estabelecem nos alicerces da estrutura da comunicação midiática. Na percepção de CADIMA, a expansão do domínio da escrita pretendeu a educação das massas, enquanto a era das telecomunicações permitiu estabelecer a hegemonia de poder a partir da publicização de “versões da verdade”.

A SOCIEDADE DE MASSA E A MÍDIA

Segundo Wolf,

(...) a sociedade de massa é sobretudo a consequência da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio, da difusão de valores abstratos de igualdades e de liberdade. Estes processos sociais provocam a perda da exclusividade por parte das elites que se vêem expostas às massas. O enfraquecimento dos laços (de família, comunidade, associações de ofícios, religião, etc) contribui, por seu lado, para afrouxar o tecido conectivo da sociedade e para preparar as condições que conduzem ao isolamento e à alienação das massas (WOLF, 2006, p. 24).

Teria contribuído, a mídia, para a formação das massas?

A massa é a jurisdição dos incompetentes, representa o triunfo de uma espécie antropológica que existe em todas as classes sociais e que baseia a sua ação no saber especializado ligado à técnica e à ciência (WOLF, 2006, p. 24).

A mídia, que tem construído o isolamento e a individualidade

do cidadão, encontra nas reflexões de Ortega e Gasset os vestígios da supremacia do poder econômico sobre a missão da imprensa:

(...) as massas revelam, todavia, um estado de espírito absurdo: preocupam-se apenas com o seu bem-estar e, ao mesmo tempo, não se sentem solidárias com as causas desse bem-estar (ORTEGA e GASSET citado por WOLF, 2006, p. 24).

A partir da formação do indivíduo em sociedade de massa, o debate público, a exposição dos ideais e a participação política perdem o sentido, se tornam cada vez mais distantes do alcance de algum resultado, uma vez que a grande massa homogênea, desinformada, desassistida, alienada de seus direitos políticos, representa agora a vontade da maioria, enquanto vozes anônimas que ainda pretendem participar do debate político passam a representar uma vontade destoante da massa, que não encontrará ressonância entre os receptores. As massas foram vítimas do procedimento anti-ético da mídia que priorizou a supremacia econômica em detrimento de sua missão social de fortalecimento da democracia.

Uma linha diferente de análise diz respeito à dinâmica que se instaura entre o indivíduo e a massa e o nível de homogeneidade em redor do qual se congrega a própria massa. Simmel afirma que a massa é uma formação nova que não se baseia na personalidade dos seus membros, mas apenas naquelas partes que põem um membro em comum com os outros todos e que equivalem às formas mais primitivas e ínfimas da evolução orgânica (...) Daí que sejam banidos deste nível todos os comportamentos que pressupõem a afinidade e a reciprocidade de muitas opiniões diferentes. As ações da massa apontam diretamente para o objetivo e procuram atingi-lo pelo caminho mais curto, o que faz com que exista sempre uma única idéia dominante, a mais simples possível. Acontece freqüentemente que, nas suas consciências, os elementos de uma grande massa possuam, em comum com os outros, um vasto leque de idéias. Além disso, dada a complexidade da realidade contemporânea, toda e qualquer idéia simples deve também ser a mais radical e a mais exclusiva (SIMMEL citado por WOLF, 2006, p. 24-25).

Os media podem dominar as massas porque

(...) finalmente, como uma estrutura social gerada pela evolução da

sociedade capitalista – há certos traços comuns que caracterizam a estrutura da massa e o seu comportamento. A massa é constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais. Além disso, a massa é composta por pessoas que não se conhecem, que estão separadas umas das outras no espaço e que têm pouca ou nenhuma possibilidade de exercer uma ação ou uma influência recíprocas. Por fim, a massa não possui tradições, regras de comportamento ou estrutura organizativa (BLUMER, 1936 e 1946). Esta definição de massa como um novo tipo de organização social é muito importante (WOLF, 2006, p. 25).

MÍDIA E POLÍTICA: ANTAGONISMO

A mídia caminha de encontro à participação política, considerando que a

história dos media tem sido, de alguma forma, a história de um fluxo mediático de dominação unívoco, totalizante, de reprodução infinita do acontecimento neutralizado (CADIMA, 2001, p. 78).

Quando as instituições detentoras do poder hegemônico se dão conta de que a mídia tem o poder de influenciar a opinião pública, tal qual afirma Cadima, são absorvidas pelo mercado econômico, se transformam em empresas capitalistas e conseqüentemente, se distanciam de sua missão social. O poder de formar opiniões que o jornalismo detém desde outrora ainda persiste. Contudo, os conteúdos publicizados pela imprensa passaram pelo crivo da censura política no século passado, e neste, sofre a influência da censura econômica, o que impede que exerça sua função social. O papel desempenhado hoje pela mídia consiste no distanciamento do discurso político para alienação das massas. Desse modo, dependente do processo capitalista no qual está inserida, a mídia atua como a reprodutora o discurso do poder hegemônico. E por deter o poder, o discurso hegemônico reproduzido transforma-se na realidade construída pela imprensa. E só é real o que é apresentado pela mídia – esse é outro ângulo do poder da imprensa, a legitimação que confere ao

discurso por ela publicizado. Segundo Eliseo Verón, citado por Cadima, “os acontecimentos sociais (...) não existem senão na exata medida em que os media os constroem” (CADIMA, 2001, p. 91). Contudo, ressalta-se que a notícia repercutida pela mídia parte da condição de dependência da dominação hegemônica.

Estas dissertações [ou argumentações] proporcionam as bases racionais para a competição política dos grupos partidários, das facções, dos grupos de pressão e dos movimentos – e contribuem precisamente para as plataformas onde uns e outros procuram tornar-se conhecidos do público a fim de garantir o seu apoio (CADIMA, 2001, p. 98).

Como já foi dito, seria esta a missão contemporânea da imprensa: reproduzir o discurso dos grupos dominantes, do poder hegemônico.

O discurso político se arrefeceu e em seu lugar a cultura do consumo absorveu toda a preocupação da sociedade pós-industrial. E há se ressaltar a relevância que os processos de informação assumem nesta recente configuração social:

(...) não é estranha a progressiva importância que tem vindo a assumir, na economia das grandes potências, o setor da informação (...) Se no princípio do século, nas nações mais desenvolvidas, as tecnologias de informação tinham uma função irrelevante ao nível social e econômico, hoje pode dizer-se que elas constituem a base de todo o sistema econômico das grandes potências. Com efeito (...) foi acrescentado, designadamente no pós-guerra, um outro setor – o da informação – no qual se incluem já os media (...) (CADIMA, 2001, p. 137).

O autor refere-se à colônia eletrônica, uma nova forma de colonialismo, que consiste em controlar (produzir, censurar ou autorizar) conteúdos distribuídos via canais de informação. O avanço da tecnologia (satélites) é a grande arma do poder político das grandes potências que terão a disponibilidade de controlar e divulgar conteúdos, conforme ressalta Cadima:

(...) os vários perigos decorrentes da utilização dos satélites, nomeadamente a influência da propaganda governamental estrangeira (...) a preservação dos interesses comerciais sobre os programas

de televisão, o empobrecimento cultural e intelectual, a redução da diversidade (...) (2001, p. 142).

A fragmentação dos conteúdos - que já era presente na mídia - se solidifica com as novas tecnologias da comunicação:

Com os novos media, a telemática, a informática, as imagens de síntese, etc, o quadro de referência do real, se já estava extremamente fragmentado, desubstancializado, se já era simulacro, passa então a excluir positivamente o próprio real, dando apenas um modelo sem referência, como é o caso dos hologramas, do virtual e das imagens digitais. O que os novos media dão a ver é fundamentalmente a exclusão do real na ordem de modelização que emerge (CADIMA, 2001, p. 145).

As discussões acerca da missão da imprensa e do fortalecimento da democracia tendem a se transformar em discursos e ideologias de uma era que pertenceu ao passado. De nada mais vale este discurso considerando a nova dinâmica das tecnologias da comunicação. E o poder da mídia? O poder exercido pela mídia de formar opiniões e defender favoravelmente o discurso hegemônico será substituído por conteúdo de empobrecido aspecto cultural e ideológico, uma vez que o trabalho de alienar as mentes da massa já cumpriu sua missão. Além disso, o processo de individualização do cidadão seria um impedimento para que os conteúdos de reflexão política vingassem. Quem seriam os interlocutores numa sociedade individualista?

Um dos aspectos que se colocam em maior evidência na recomposição do dispositivo de dominação emergente com as novas tecnologias e as imagens de síntese é, pois, o da dissipação do humano, ou das suas hibridações, no novo regime de representação. De fato, após às fases grupal e individualizada, o sujeito da sociedade mass-mediática vê-se confrontado não propriamente com o seu fim, mas com a elisão do seu corpo – e porque não com a dissipação do seu ser – perante a degradação da possibilidade de se representar e de inclusive se perceber (CADIMA, 2001, p. 146).

Sugere o autor que, com o avanço e instalação das novas tecnologias de comunicação, o indivíduo não será mais representado politicamente, uma vez que, absorvido pelos novos dispositivos de dominação, a tecnologia

não concederá espaço para a razão crítica, ou a singularidade dentro da pluralidade, como sugere Hannah Arendt. A velocidade, multiplicidade e volume com que as informações são despejadas na sociedade da informação conduzem o receptor a conhecer a realidade de forma refratária, sem compreender o contexto do qual partiram informações fracionadas, recortadas de um amplo sistema de causa-conseqüência. Sem espaço para a reflexão, tal qual projeta a tecnologia da informação a era

pós-industrial irá criar, sobretudo, consumidores de informação, irá formatar e enquadrar num modelo o sujeito (...). Na fase pós-industrial os dispositivos simbólicos e tecnológicos surgem já como dispositivos reguladores e geradores de sentido” (CADIMA, 2001, p. 149).

Portanto, a era pós-industrial anula as possibilidades de reflexão e, por conseqüência, de participação política. Partindo do pressuposto que os conteúdos capazes de formar o cidadão já foram, há tempos, produzidos, cerceados e regulados pelo poder político e econômico, o enfraquecimento dos temas políticos foi se estabelecendo progressivamente por conta da cumplicidade da imprensa com o poder hegemônico. O resultado obtido com este posicionamento foi a alienação política provocada pela ausência de debates plurais, com diversas vozes. Diante de indivíduos desarticulados politicamente, as novas tecnologias “formaram” o consumidor de informação, que não reflete, não contesta, não faz articulações políticas, não expressa suas opiniões, ou seja, não participa da arena política. Trata-se de um consumidor modelado que faz parte de uma massa controlada ou como disse Baudrillard, “uma maioria silenciosa”. Em que contexto se insere o jornalismo político, uma vez que a reflexão e a crítica foram aniquiladas e só a absorção de conteúdos – sem contestação – está instituída? “(...) as massas passassem a ser consideradas como órgãos de assimilação pura e simples” (CADIMA, 2001, p. 150). Há, portanto, a necessidade de se fazer uma mudança perturbadora no posicionamento do jornalismo político. De cúmplice do poder político, deve seguir como aliado das causas sociais. A credibilidade que construirá no meio social será a sua fonte legítima de poder.

A irracionalidade do domínio que entretanto ganhou as proporções de um perigo mortal coletivo não poderá ser ultrapassado senão pela

formação de uma vontade política, ligada ao princípio de uma discussão geral e isenta de qualquer dominação. Não é permitido que se espere uma racionalização do domínio senão de uma situação em que seja desenvolvido o poder político de um pensamento ligado ao diálogo. A força libertadora da reflexão não pode ser substituída por um desdobramento de saber tecnicamente utilizável (Habermas citado em CADIMA, 2001, p. 152-153).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo político sempre exercerá função de extrema relevância na sociedade. Reconhecendo o poder inerente de formar opiniões, as classes hegemônicas trataram de transformar a mídia em aliada. E a mídia, por sua vez, se tornou cúmplice do poder hegemônico quando permitiu que seus conteúdos fossem manipulados, omissos, desarticulados, de pouca reflexão e distante do debate político. Cúmplice também porque aceitou que os interesses particulares prevalecessem sobre os de interesse social. O jornalismo político funciona como um instrumento de integração social e política, apesar da ausência da crítica, do debate e do exercício da cidadania. E falha quando trabalha para a preservar a “ordem” determinada pelos grupos de pressão fazendo uso de sua força legitimadora, já que a publicização de um determinado conteúdo corresponde à garantia de sua autenticidade.

O poder dos media hoje caminha paralelamente ao poder político e econômico hegemônicos. Apesar da multiculturalidade proporcionada pelas tecnologias da comunicação e da pluralidade de vozes, que podem vir ao conhecimento público por conta dos canais alternativos oferecidos pela Internet (blogs, sites, home pages), o discurso hegemônico aliado aos medias tem prevalecido, uma vez que a grande mídia chancela os conteúdos por ela reproduzidos. O discurso hegemônico quer anular a reflexão, destruir a individualidade: “a sociedade acabou, resta um sistema social regido pela telepresença, a acumulação e a análise de dados” (Abraham Moles citado por CADIMA, 2001, p. 144). A mídia tem contribuído para a constituição de indivíduos cada vez mais isolados, individualistas numa sociedade da era da tecnologia da informação. Isso significa que a mídia

ainda desfruta de poder e, mais uma vez, está sendo utilizada pelo sistema político de modo errôneo - uma utilização que deriva do modo como está estabelecida a estrutura industrial.

REFERÊNCIAS

CADIMA, Francisco Rui. *História e Crítica da Comunicação*. Lisboa: Século XXI, 2001.

MIGUEL, Luis Felipe. *Os meios de comunicação e a prática política* in Lua Nova Revista de Cultura e Política, São Paulo, 2002.

SEABRA, Roberto e SOUSA, Vivaldo de. *Jornalismo Político*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*, volume II. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 9ª Edição, Lisboa: Editorial Presença, 2006.