

O jornalismo como forma de conhecimento e o desafio da propriedade dos meios de comunicação no Brasil¹

Marya Edwarda Souza Lapenda²
Juliano Mendonça Domingues-da- Silva³
Universidade Católica de Pernambuco

Resumo

Em “O conhecimento do jornalismo”, Meditsch (1992) lança às luzes da teoria de Genro Filho (1987) uma constatação paradoxal. Enquanto uma forma de conhecimento, o jornalismo no Brasil encontra limitações que refletem como a comunicação é organizada no país. A propriedade privada dominante faz do jornalismo um instrumento de dominação dos grandes grupos, enquanto tenta se firmar como uma forma social de conhecimento capaz de fortalecer a democracia. O artigo se concentra pois, nessa problemática. O texto se propõe, em um primeiro momento, a refletir sobre o paradoxo teórico encontrado por MEDITSCH e GENRO FILHO, e, no momento seguinte, a discutir a possibilidade de um jornalismo público capaz de, nas ideias de Paulo Freire (1983), fazer do jornalista e do público sujeitos ativos agindo e transformando a realidade.

Palavras-chave

Jornalismo; conhecimento; dominação; democracia; regulação

Jornalismo: entre o conhecimento e a dominação

Conhecimento e dominação são as palavras-chave que norteiam a ideia central desse trabalho. Segundo Adelmo Genro Filho (1987) o conhecimento é a essência do jornalismo e a dominação – que se dá pela apropriação do jornalismo para benefício de poucos – é um lugar que não o cabe, mas lhe é próprio por conta do contexto socioeconômico no qual o mesmo surgiu e se criou. Sobre o jornalismo:

De um lado, ele é visto apenas como instrumento particular da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de transmissão dos “aparelhos ideológicos de Estado”, como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade. De outro lado, estão

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Jornalismo do 3º período da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Email: maryaedwarda@hotmail.com

³ Professor orientador do artigo, professor da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Email: juliano@unicap.br

as visões meramente descritivas ou mesmo apologéticas – tipicamente funcionalistas – em geral suavemente coloridas com as tintas do liberalismo: a atividade jornalística como “crítica responsável” baseada na simples divulgação objetiva dos fatos, uma “função social” voltada para “o aperfeiçoamento das instituições democráticas. (GENRO FILHO, 1987)

De qualquer forma, o jornalismo exerce um poder sobre a sociedade e, enquanto produto industrial, é capaz de intervir nos assuntos de interesse público a favor de interesses privados. Porém, sabe-se o quanto esse meio de interação simbólica criou possibilidades de distribuir conhecimento, sendo essa sua própria essência para GENRO FILHO (1987).

O jornalismo surge na modernidade como um “democratizador” das questões políticas, tendo em vista, porém, que o ambiente de debate e conhecimento ainda era restrito; sendo assim, existe uma contradição inerente a sua origem, já que ela pressupõe uma universalidade do jornalismo – o fato dele comunicar tanto para um operário quanto para um advogado –, como uma restrição do acesso a esses meios de comunicação, que se tornam instrumentos da burguesia.

Ou seja, a partir da perspectiva normativa sugerida por ESTEVES (2003), a mídia é um espaço público cujo sentido é a visibilidade das questões que interessam a todos e ao mesmo tempo se mostra, historicamente, como um campo de disputa pela dominação através da informação.

É uma universalidade de fato, embora precária, porque só estabelecida institucionalmente de forma indireta e imperfeita, tal e qual o espaço público pressuposto pelo ideal democrático que a precede e a requer. (MEDITSCH, 1997, p. 8)

É importante estar ciente de que o jornalista ocupa uma posição privilegiada no campo de produção simbólica (BOURDIEU, 1998), no qual ele detém o poder de persuasão através da informação. No Brasil, por exemplo, os interesses de pequenos grupos são cada vez mais atendidos através da comunicação. A partir desses elementos como pano de fundo, este artigo pretende desenvolver o aparente paradoxo colocado por MEDITSCH (1992): como pode o jornalismo brasileiro ser ao mesmo tempo uma forma de conhecimento e um instrumento de dominação dos grupos monopolísticos do país? O jornalismo como conhecimento:

é condicionado por sua produção industrial como mercadoria, por valores ideológicos de seus produtores, pelo autoritarismo de suas formas, pela arbitrariedade de suas escolhas, pelas falsas categorias que a sua tradição e sua técnica [...] construíram. (MEDITSCH, 1992, p. 56)

Os oligopólios privados de mídia costumam estar associados a determinadas práticas pouco democráticas do jornalismo brasileiro (LIMA, 2006) e a partir disso podemos desmistificar algumas premissas que lhe são atribuídas. Por exemplo, a verdade absoluta que o jornalismo reivindica para si é uma utopia constantemente buscada. Fatores como a concorrência, a busca incessante pela audiência, e os próprios interesses econômicos, políticos e ideológicos da empresa e daqueles que a compõe fazem com que os jornalistas, nas palavras de BOURDIEU (1997), vejam certas coisas e não outras, e as vejam de determinada forma.

Adelmo Genro Filho (1987), por exemplo, critica essa concepção caracterizada como um “cinismo burguês” da objetividade, já que “independência e “imparcialidade” significam, na verdade, tomar como normal o modelo norte-americano capitalista e hegemônico que se impôs ao jornalismo nos primórdios de sua comercialização. Embora a realidade seja predominantemente objetiva, ela se dá a partir de relações entre sujeitos de subjetividades. Reconhecer a subjetividade do homem é tornar-se consciente das nossas “limitações e potencialidades” (GENRO FILHO, 1987, p. 187); assim deve ser também no jornalismo.

Mas, também aí, fica uma pergunta: será o Jornalismo exclusivamente uma forma de dominação? Se fosse, tiraríamos a seguinte conclusão: o dia em que conseguirmos acabar com essa dominação, sendo o Jornalismo uma forma de dominação, acabará o Jornalismo. E a conclusão evidencia o quanto essa abordagem reduz o Jornalismo a apenas uma das funções que ele tem na sociedade. (MEDITSCH, 1992, p. 26)

A teoria do jornalismo como uma forma de conhecimento, além de criticar a propriedade privada dos meios de comunicação, atribui ao jornalismo uma potencialidade transformadora da realidade. Assim, para Eduardo Meditsch (1992), o jornalismo tem uma potencialidade muito maior do que a ciência de revelar o novo. Para isso, deve-se levar em conta que o tecnicismo que exige o mercado deve ser

substituído por uma narrativa dos fenômenos que parte do singular para o particular e universal.

É nessas categorias em que consiste o *segredo da pirâmide*. Para Genro “o segredo da pirâmide é que ela está invertida, quando deveria estar como as pirâmides seculares do velho Egito: em pé, assentada sobre sua base natural”. A notícia se estrutura como um triângulo isósceles, em que os fatos são descritos a partir daquilo que constitui a própria essência do jornalismo, o singular, ou o “novo”; seguindo para o particular, que é aquilo que engloba o fenômeno, condicionando-o histórico-socialmente; até o universal, que significa a racionalidade inerente e que dá significação à notícia, podendo ser *crítica* ou *funcional* com relação ao sistema vigente: o capitalismo.

Independente do direcionamento que vai ter a notícia a partir do universal, a eficácia jornalística é atingida quando há um equilíbrio entre a singularidade e a particularidade, ou seja: entre o fenômeno e sua contextualização. Sendo assim, toda notícia que se faça conhecimento tem o singular e o particular devidamente colocados. Porém, a potencialidade jornalística enquanto propulsor de mudanças sociais reside no universal da notícia.

E o universal onde estará? O universal não vai estar contido ali. O universal são nossos princípios, os pressupostos mais gerais. O universal, graficamente, seria representado nesta pirâmide como continuidade pontilhada das linhas que a definem, porque estará subjacente à apreensão que foi feita. (MEDITSCH, 1992)

Para Genro, o jornalista é um produtor de conhecimento, e este “exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo” (FREIRE, 1983), ultrapassando a superficialidade dos fenômenos e trazendo para a notícia as condições sociohistóricas que envolvem a realidade. Já que o essencial é invisível aos olhos, a contextualização eleva o jornalismo ao patamar de criticidade. Adelmo diz:

A apreensão do senso comum, que corresponde à experiência cotidiana dos indivíduos, é dada pela significação meramente “funcional” no universo social vivido. Logo, em termos epistemológicos, a base na qual o fato será assentado e contextualizado tende a reproduzir de maneira latente a universalidade social tal como é vivida imediatamente. (GENRO FILHO, 1987, p. 189)

Sendo assim, a universalidade social tal como é vivida referida pelo autor é o senso comum ou a realidade dominante. Porém, se o jornalismo se pretende um instrumento de crítica, deve se afastar da realidade imposta aos indivíduos. Sendo os oligopólios da comunicação motivados pelos ideais capitalistas a realidade hegemônica, em que o controle da informação é marcante em um processo antidemocrático, pois fere dois dos direitos fundamentais do homem: da informação e comunicação (LIMA, 2011).

A partir da negação das visões as quais o autor critica em sua obra, o artigo pretende propor os princípios democráticos deliberativos como sendo a racionalidade que pode conduzir o universal da notícia. Não se trata, portanto, dos princípios democráticos aos moldes da ideologia burguesa. Sendo assim, a realidade deixa de ser percebida, como acima descrito, tal qual é vista de imediato; e passa a ser analisada criticamente na notícia, de acordo com os ideais da pluralidade, cidadania, democracia, ética, etc.

Com essa dinâmica, torna-se mais fácil a construção de uma sociedade democrática com cidadãos conscientes e críticos. Trata-se da democracia deliberativa (DOMINGUES-DA-SILVA, 2013), na qual a uma descentralização na tomada de poder; no processo comunicativo, a consequência é uma comunicação construída a partir de diálogo, essencialmente educativa.

A democracia deliberativa apresenta-se como um modelo normativo que produz a crítica da política vigente a partir de um parâmetro ideal. Esse ideal, porém, remete a uma matriz histórica (ou pseudo-histórica), a “esfera pública burguesa” descrita por Habermas em sua influente tese de 1962. (MIGUEL, 2005, p. 13)

Paulo Freire (1983), ao defender a comunicação como uma experiência educativa, coloca a necessidade das pessoas enquanto sujeitos e não enquanto objetos. Jornalista e público devem dialogar para a construção da cidadania, não apenas para atender às expectativas tecnicistas e mercadológicas. As ideias de Freire refletem, em certa medida, o que pretendia o autor de *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, que vai numa direção contrária, trazendo uma teoria que reflete a prática e ajuda a pensar um jornalismo consciente. Marli dos Santos sobre o pensamento comunicacional de Adelmo Genro Filho diz:

No seu percurso teórico para alicerçar a proposta de uma teoria marxista do jornalismo, Adelmo Genro criticou os saudosistas e marxistas retrógrados que atribuem ao jornalismo opinativo (gênero que caracterizou a segunda fase do jornalismo, no final do século XVIII e na primeira metade do século XIX) o verdadeiro status de jornalismo; aqueles frankfurtianos que o reduziram a um mero instrumento de manipulação da burguesia, subestimando a capacidade da sociedade em reagir e não percebendo as “forças produtivas democratizantes e humanizadoras que estavam surgindo no campo da comunicação” (1986, p. 103); os funcionalistas que atribuíram ao jornalismo a função de manter o status quo; e a utópica empreitada da construção de uma lei geral para todos os fenômenos, inclusive os sociais, assumida pelos teóricos da teoria geral dos sistemas. (DOS SANTOS, Marli. 2013, p. 69-70)

A regulação de mídia no Brasil: a favor de quem?

Tanto a teoria de Adelmo Genro Filho (1987) quanto a colocação de Eduardo Meditsch (1992) quanto ao jornalismo brasileiro, requerem um olhar sobre a estruturação da comunicação do país: de que forma ela se dá e se deu ao longo da história e se houveram tentativas de tornar a comunicação um espaço propício a produção de um conhecimento crítico.

Se o universal é o que orienta o teor ideológico da notícia, pressupõe-se – partindo de uma concepção na qual a pluralidade e a democracia deliberativa são os modelos ideais – que uma regulação da mídia que fomente a mídia pública e, conseqüentemente, a descentralização da informação, seja essencial para um jornalismo que promova um conteúdo consciente, que não contribua para a manutenção de uma classe hegemônica dominadora.

Mais necessária se torna essa discussão, quando se sabe que os *media* selecionam o que vai ou não ser mostrado e pautado como tema de interesse geral. O termo *agenda setting* é usado para designar essa capacidade da mídia de limitar o acesso a um espaço que é público, reforçando seu poder simbólico sob a sociedade e a unilateralidade de voz.

A coerção mais drástica que o actual modelo dos media impõe sobre a comunicação pública é, desde logo, a secundarização das mensagens políticas: o imperativo da rentabilização do capital numa economia de bens escassos – como o são a disponibilidade de recepção, a capacidade cognitiva e a atenção das audiências – dita inapelavelmente uma espécie de tirania dos produtos de entretenimento.” (ESTEVEES, 2003, p. 58)

Esse direcionamento ideológico a favor dos interesses privados que norteia o jornalismo brasileiro reflete a ausência de regulação específica no âmbito da comunicação que permita a democratização. Uma mídia democrática é aquela que permite uma confluência de vozes e interesses no processo de controle e distribuição da informação, este, por sua vez, é o ideal da comunicação pública.

De fato, o Brasil possui uma “forte tradição patrimonialista e de loteamento do espaço público pela atividade privada predatória” (ROTHBERG, 2011, p.10). O debate sobre a regulamentação da mídia no país encontra obstáculos de ordem político-ideológica, como se a interferência do Estado significasse censura ou submissão partidária. O problema de ordem democrática no país pode ser abaixo descrito:

[...] chamamos de coronelismo eletrônico o sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários de meios de comunicação. (DOS SANTOS, Susy. 2006, s/p)

Diante disso, os grandes grupos empresariais e políticos dominam o cenário comunicacional brasileiro e fazem do jornalismo um palco que, nas ideias de Bourdieu (1930), encena uma “luta simbólica pelo monopólio da imposição do veredicto”. Essa luta pelo monopólio da verdade e autoafirmação da certeza absoluta foi construída e reivindicada para si pelo jornalismo. Segue o autor: “[...] o jornalista exerce uma forma de dominação (conjuntural não estrutural) sobre um espaço de jogo que ele construiu, e no qual ele se acha colocado em situação de árbitro, impondo normas de objetividade e de neutralidade”. (BOURDIEU, 1930, p. 55)

Esse espaço de jogo no caso brasileiro é marcado pelo favoritismo político e econômico nas concessões (LIMA, 2006). Vários impérios da mídia se consolidaram a partir de barganhas políticas e constituíram um jornalismo apoiados sobre a ideologia dominante. Mas não só a grande mídia se vê nessa condição. A própria comunicação pública, para diversos autores como Venício de Lima (2011) ou Itamar Aguiar (2012) encontra obstáculos legislativos que dificultam sua efetivação enquanto uma comunicação voltada para fins democráticos. A exemplo das rádios comunitárias ou *pseudo* rádio comunitárias, que sofrem forte influência política local ou mesmo a falta de Conselhos de fiscalização pública que garantam o caráter democrático desses meios

Com a constituição cidadã de 1988, tem-se a impressão de que os rumos na comunicação do país iriam mudar. Pela primeira vez, aparece no capítulo sobre Comunicação Social pontos como o direito à informação, a vedação do monopólio e oligopólio dos meios, entre outros (LIMA, Venício de. 2011, p. 58). Mas muitas dessas aparições parece ser apenas conveniência, tendo em vista que muita coisa não mudou no âmbito da comunicação depois de 1988 (JAMBEIRO, 2002).

A própria criação de um Conselho Nacional de Comunicação – órgão autônomo e comprometido com uma comunicação plural, sem monopólios, oligopólios, que valorizasse a cultura nacional e produção regional, responsável pelas concessões de radiodifusão de acordo com critérios democráticos –, se reduziu à criação de um *Conselho de Comunicação Social* vinculado ao Congresso Nacional, favorecendo “inequivocamente à representação empresarial” (LIMA, 2013, p. 29).

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo [Capítulo V, "Da Comunicação Social", do Título VIII "Da Ordem Social"], o Congresso Nacional instituirá, como seu órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei. (LIMA, 2013, p. 28)

Os monopólios e oligopólios continuam dominando a mídia brasileira e desde a instauração do primeiro Código Brasileiro de Telecomunicações (1967), nada muito eficaz tem sido feito para acabar com esses que representam a limitação do acesso a informação, ferindo um direito fundamental da população. O jornalismo é, nesse sentido, uma mercadoria que dá lucro às grandes empresas e que ofusca o debate público de interesse da população, e se durante a Revolução Burguesa do século XIX serviu como instrumento político, hoje se esvazia na técnica criada pela própria burguesia.

Superado o valor de uso pela classe que controla a sua produção, o Jornalismo passa a interessar apenas pelo seu valor de troca. Como mercadoria, abstraído de seu conteúdo, deve mudar de qualidade, sobreviver apenas pelo seu aspecto formal. Seja como espetáculo, no produto destinado ao consumo das massas, no noticiário padrão de TV, seja como *prestige paper*, destinado ao consumo das elites da periferia, deve esvaziar-se do componente da fala e transformar-se em puro discurso formal, grau zero da fala. (MEDITSCH, 1992, p. 41)

Sendo assim, há uma necessidade de atribuir à sociedade civil o controle da mídia, que nos leva a almejar uma comunicação pública. Danilo Rothberg (2011), em seu livro “Jornalismo Público” toma como referência o Public Service Broadcasting britânico, quando cita a British Broadcasting Corporation (BBC) que possui o que o autor chama de “imparcialidade devida”, mas que não tem relação com o cinismo ideológico burguês de “neutralidade”.

Na verdade, a definição envolve apenas a pluralidade de informações e interpretações – princípio fundador do pluralismo democrático, entendido como uma maneira peculiar de sistema político que legitima a diversidade de posicionamentos por meio de complexas instituições políticas que lhes dão vazão e poder negociação na esfera do poder real.” (ROTHBERG, 2011, p. 104)

A pluralidade de informações e interpretações na notícia constitui o que Genro Filho (1987) chama de *fatós*, que é a percepção social da objetividade, de acordo com distintos preceitos e perspectivas, ou seja, um mesmo fenômeno pode ser interpretado de várias formas. E quanto mais fatos trazer a notícia, mais ela se aproxima do que Rothberg (2011) denomina “imparcialidade devida”.

Muitos passos ainda terão de ser dados para ser alcançada essa devida imparcialidade no jornalismo brasileiro e isso requer uma reformulação das estruturas comunicacionais do país. Adelmo Genro Filho critica essa estrutura quando critica as concepções liberais que norteiam o pensamento jornalístico, chamado por ele de “funcionalismo espontâneo” dos jornalistas, que fazem um jornalismo em função dos interesses privados.

Clóvis Rossi, por exemplo, não questiona a propriedade privada dos meios de comunicação. Considera isso, implicitamente, uma situação “normal”. Tanto que não vê maiores consequências em relação ao conteúdo do jornalismo, exceto “quando o assunto é de grande relevância” e a empresa impõe, então, seu julgamento político. Mas esse acontecimento é circunstancial, talvez um “acidente de percurso” como dizem os delicados comentaristas políticos das grandes redes privadas de comunicação em nosso país. (GENRO FILHO, 1987, p. 51)

Não é de hoje que vem se tentando implantar políticas públicas no intuito de tornar mais democráticas essas esferas. O governo Lula foi o primeiro que colocou no seu programa de governo a questão da regulação democrática dos meios. Em 2002,

durante as campanhas presidenciais, com o apoio de organizações civis, incluindo o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, vários documentos foram analisados e embasaram as propostas do presidente Lula para o setor. No entanto, muitos tópicos que contavam no documento original do FNDC desapareceram.

Em 2006 foi lançado um Caderno setorial de Comunicação, cujas propostas incluíam a luta contra os monopólios e oligopólios e o fortalecimento da comunicação pública e comunitária. Já em 2009, quando foi realizada a primeira COFECOM (Conferência Nacional de Comunicação), as 600 propostas aprovadas no evento – todas elas visando o estímulo ao sistema público e a criação de órgãos reguladores – não foram levadas adiante pelo governo (LIMA, 2011).

Por outro lado, o mesmo presidente que impulsionou a discussão acerca da regulação da mídia, foi o mesmo que concedeu diversas Tevês e rádios educativas a políticos, se aproveitando da brecha da lei que instituíu o processo de licitação para outorgas de radiodifusão⁴ – não incluindo, no entanto, as emissoras educativas. Contraditório, tendo em vista que isso reforça o coronelismo eletrônico e é um enfraquecimento da comunicação pública, não um fortalecimento – como pretendia o governo.

Mas o registro mais marcante desse período foi a criação da Empresa Brasil de Comunicação/TV Brasil em 2008 (VALENTE, 2009). Apesar de um avanço, essa fase é apenas o embrião do que poderia ser chamado de um sistema de comunicação público consolidado, capaz de fortalecer a democracia. Não basta ao público ter a informação, mas também decidir sobre ela, sendo construído com base em consenso, discussões, debates, pluralismo, no intuito de não tornar as decisões autoritárias e totalitárias. Assim, os meios de comunicação devem ser verdadeiros espaços públicos, *lugares de discussão, ação, acesso ao político e de apresentação da sociedade a si*.

O grande desafio que a mídia pública no Brasil encontra hoje diz respeito, justamente, ao controle governamental que pode desviar a comunicação do seu caráter público para um caráter estatal (LIMA, 2011). Por isso a importância dos Conselhos Curadores, devem garantir o caráter democrático da empresa, não no sentido estrito da democracia (ROSENFELD, 1994, p. 34), enquanto uma instância de administração burocrática que “intenta” representar a maioria. Mas enquanto uma instância que constitua ela mesma um espaço público.

⁴ Decreto 1720/1995

No caso do Conselho Curador da EBC, a polêmica - quando da criação da lei -em torno da nomeação dos integrantes do conselho pelo presidente da república – à época, Luiz Inácio Lula da Silva (PT/ 2003-2011) -, gerou uma polêmica quanto ao caráter apartidário da instância. O Conselho seria nomeado pelo presidente da República, que também nomearia o presidente da empresa, sendo que este poderia ser exonerado caso um percentual do Conselho decidisse.

“Se, por um lado, a implantação dessa instância pode ser vista como o diferencial que afirmou a EBC como uma estrutura de comunicação pública, e não governamental, por outro há limitações importantes que devem ser consideradas. A primeira é o fato de os representantes da sociedade civil serem indicados pelo Presidente da República. Abandonou-se, com isso, um método utilizado em outros Conselhos, como no caso da Saúde ou até mesmo do Comitê Gestor da Internet, para ficar na área da comunicação, em que as organizações da sociedade civil disputam as suas vagas em processos de eleição (Valente, 2009). Nesse sentido, houve a introdução de uma consulta pública na qual entidades indicam seus candidatos. Porém, a lista que vai para escolha da presidenta sai da definição dos próprios integrantes do Conselho Curador, em debate com a Secom.” (VALENTE, Jonas. 2007, p. 55).

Porém, se o modelo de gestão da Empresa Brasil de Comunicação e do próprio Conselho Curador deixou a desejar, a sua extinção através da MP 744/16 decretada pelo presidente Michel Temer (PSDB) reforçou essa tendência. A democracia é o exercício da ação, que procura determinar a natureza indeterminada do homem (ROSENFELD, 2008). Se deliberativa, ela é um processo de amplo diálogo, que busca descentralizar a tomada de decisão no poder. Nesse sentido, a comunicação e a democracia tem muito em comum, como já dito aqui neste artigo, uma é o aporte da outra. Se assim o é no processo comunicativo como um todo, quiçá na comunicação pública.

Venício de Lima (2011) já admitia a ingenuidade daqueles que acham que a independência do sistema público de comunicação será permanente. O autor reconhece que a comunicação pública vai ter que conviver (ou *combater*) com a política – que por sinal, não está favorável ao Brasil – e criar resistências para garantir o bom funcionamento do sistema democrático. Ele ainda aposta que os Conselhos (sejam eles municipais, regionais ou nacionais) serão a garantia e o principal instrumento de controle da sociedade civil.

Considerações Finais

Voltamos então à assertiva de Eduardo Meditsch:

A contradição principal do Jornalismo, tal como é praticado em situações como a brasileira, é ser, por um lado, produção social de conhecimento – portanto, atividade intrinsecamente criadora – e, por outro, mercadoria produzida industrialmente para gerar lucros aos monopólios que controlam essa produção – portanto, atividade submetida. (MEDITSCH, 1992, p. 80)

Sendo um meio para obtenção de lucro, o jornalismo permanece nessa “realidade paradoxal” colocada pelo autor. Essas organizações empresariais usam de instrumentos “que variam de cooptação à repressão e perseguição” para conseguir interferir na produção da notícia.

As dificuldades enfrentadas na consolidação de uma comunicação pública e também no debate sobre a regulamentação da mídia só reforçam a assertiva de Eduardo Meditsch quanto à contradição inerente ao jornalismo brasileiro. Porém, devemos separar o que o jornalismo é enquanto essência do que ele é enquanto condicionado pelo capitalismo e pelas estruturas burocráticas brasileiras que interferem na democracia.

Sendo assim, o jornalismo é uma forma de conhecimento capaz de promover a emancipação do homem (GENRO FILHO, 1987); mas não se configura, no Brasil, como um espaço totalmente democrático e plural. Mas, embora inconsistente e cheio de falhas, existe um campo público de radiodifusão no país, como destaca AGUIAR (2012): Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), Associação Brasileira de Televisões Universitárias (ABTU), Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL), Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCom) e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

Existem diversos órgãos que lutam pela democratização da mídia, que embora não ganhe muita visibilidade, é de suma importância para a própria vitalidade do Espaço Público. O jornalismo deve ser esse espaço de resistência. Porém, o que Adelmo Genro Filho constatou na década de 80 nos cursos de graduação do Brasil, quando lecionava, é que o jornalismo vive uma dualidade no espaço acadêmico que o coloca, de um lado, na posição de *técnica*, e do outro, na posição de *manipulação*, quando, na verdade, ele deve ser *resistência*, *crítica*, ou na melhor palavra do GENRO FILHO, *conhecimento*.

É claro que o fato do jornalismo operar, por vezes, na lógica dominante, não se dá só por motivos ideológicos dos grandes grupos de comunicação, *embora seja esse o enfoque do artigo*. As falhas de ordem técnica fruto de uma má formação acadêmica pode também culminar numa má prática do jornalismo que leve a uma distorção da realidade. Genro e Meditsch empreendem essa discussão nos seus estudos, tendo este último desenvolvido em “O conhecimento do Jornalismo” um amplo panorama da evolução, dos dilemas e das necessidades que os cursos de jornalismo e comunicação social enfrentam hoje.

É evidente também que a mudança a ser empreendida não se restringe ao âmbito das estruturas reguladoras da comunicação do país, mas também nos faz refletir sobre o quanto uma educação sobre a mídia se faz necessária. Pedrinho Guareschi fala dessa necessidade educativa no seu livro “Mídia, Educação e Cidadania”⁵, citando o próprio Paulo Freire, que coloca a educação como uma prática para a libertação. Essa libertação parte de uma tomada de consciência, tanto de si como do mundo ao redor. Sendo assim, para empreender o debate sobre a regulação da mídia, talvez a sociedade brasileira precise amadurecer educacionalmente, e sabemos o quanto esta encontra obstáculos no Brasil.

Seja de ordem técnica, política, ideológica, econômica ou cultural, a comunicação brasileira lança aos jornalistas e estudiosos da área (os mais afeiçoados com a ideia de um jornalismo democrático e público) um desafio que perpassa o processo de formação e a criação de espaços de resistência nos veículos. Absorver o jornalismo como uma forma de conhecimento é, acima de tudo, se fazer produtor de conhecimento. Consciente, portanto, da própria prática, das dificuldades que a perpassam, dos erros que acometem a profissão no ambiente de trabalho, e acima de tudo, defensor de uma comunicação capaz de permitir ao jornalismo cumprir sua real função na sociedade.

Referência Bibliográfica

AGUIAR, Itamar. **TV Brasil**: algo novo no ar. Florianópolis: Editora Tribo da Ilha, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2.ed, 1998.

⁵ GUARESCHI, Pedrinho A. **Mídia, educação e cidadania**: tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano Mendonça; BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de. **O Que Significa “Democratização da Comunicação”?** Limites e possibilidades de enquadramentos teóricos a partir de modelos de democracia. Revista Política Hoje, Vol. 22, n. 1, 2013. <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/3774/3078>

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano Mendonça. **Mídia concentrada, democracia fragilizada?** Interpretando estruturas de mercado de mídia como legado autoritário. In: LUZIVOTTO, Caroline Kraus; LOSNAK, Célio José; ROTHBERG, Danilo (orgs.), Mídia e sociedade em transformação. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2016.

DOS SANTOS, Marli. **Adelmo Genro Filho e o pensamento comunicacional brasileiro: uma releitura do jornalismo informativo.** Comunicação e Sociedade, Vol. 24, n. 38, 2013.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia:** comunicação, processos de sentido e identidade social. UNISINOS. Rio Grande do Sul, 2003.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide:** Para uma Teoria Marxista do Jornalismo. Porto Alegre, Editora Tchê, 1987.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Mídia, educação e cidadania:** tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

LIMA, Venício Arthur de. **Mídia:** crise política e poder no Brasil. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. **Conselhos de comunicação social:** a interdição de um instrumento da democracia participativa. Brasília: FNDC, 2013.

_____. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos.** São Paulo: Paulus, 2011. – (Coleção Comunicação)

_____. **As “brechas” legais do coronelismo eletrônico.** Revista Aurora, 2007. <http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/6344/4652>

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MIGUEL, Luis Felipe. **Teoria democrática atual:** esboço do mapeamento. BIB, São Paulo, n° 59, 1º semestre de 2005, pp. 5-42.

PUDDEPHATT, Andrew. **A importância da autorregulação da mídia para a defesa da liberdade de expressão.** UNESCO, 2011. http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Autorregulacao_da_midia_POR_T.pdf

ROSENFELD, Denis L. **O que é democracia?** São Paulo: Brasiliense, 2008 – (Coleção Primeiros Passos)

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** 4. Ed. São Paulo, Brasiliense, 1984. (Primeiros passos; 15)

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

THOMPSON, John, B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 15 ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2014

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são**. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2. ed, 2005.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação**. Coleção O que saber. São Paulo, 2013.

_____. **SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO DO BRASIL**. In: Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009. – (Coleção Comunicação)