

Da ideologia à crítica da dominação: *mídia, comunicação e poder*

Felipe Tavares Paes Lopes

Professor do PPGCC-Uniso
Doutorado em Psicologia Social pela USP
Doutorando em Ciências Humanas e Sociais pela UFABC
E-mail: lopesftp@gmail.com

Recebido: 04 mar. 2019

Aprovado: 30 abr. 2021

Resumo: Este texto objetiva apresentar algumas das principais maneiras pelas quais a “grande mídia” garante a manutenção da ordem social dominante, assim como discutir como ela pode ajudar na sua transformação. Para tanto, organiza-se em três partes: num primeiro momento, aborda as censuras invisíveis presentes no processo de produção das mensagens midiáticas. Num segundo momento, trata do seu potencial ideológico. E, num terceiro momento, analisa alguns princípios éticos que devem orientar sua produção.

Palavras-chave: Ideologia. Mídia. Comunicação. Poder.

Abstract: This paper aims to present some of the main ways in which media ensures the maintenance of the dominant social order, as well as discuss how it can help in the transformation of this order. To this end, it is organized in three parts: firstly, it addresses the invisible censorship present in the process of production of media messages. Secondly, it deals with their potential ideological. Thirdly, it analyzes some ethical principles that should guide their production.

Keywords: Ideology. Media. Communication. Power.

Resumen: Este texto tiene como objetivo presentar algunas de las principales formas a través de la cual los medios de comunicación aseguran el mantenimiento del orden social dominante, así como discutir cómo pueden ayudar en la transformación de este orden. Con este fin, se organiza en tres partes: al principio, aborda las censuras invisibles presentes en el proceso de producción de mensajes de los medios. En un segundo momento, aborda su potencial ideológico. Y en un tercer momento, analiza algunos principios éticos que deberían guiar su producción.

Palabras clave: Ideología. Medios de comunicación Comunicación. Poder

Introdução

As relações (dinâmicas) entre comunicação e poder já foram tratadas por inúmeros autores e pelas mais diversas correntes teóricas e metodológicas, e hoje é um dos principais objetos de investigação das Ciências Humanas e Sociais. Longe de ser um objeto exclusivo do campo da Comunicação, essas relações têm sido minuciosamente examinadas pelas lentes da Sociologia, da Antropologia, da História, da Linguística e da Psicologia. Cada uma dessas áreas tem levantado novas perguntas sobre o tema e trazido contribuições significativas para os debates que o enfocam. Contribuições que, ora, se complementam; ora, se tensionam; ora, se reforçam; ora, se sobrepõem.

Assim, diante da complexidade do itinerário intelectual das discussões sobre as relações entre comunicação e poder, não pretendo defender aqui um argumento propriamente original sobre elas, ou seja, não é meu objetivo propor um enfoque que, eventualmente, possa ser mais construtivo do que os anteriores. Na verdade, meus propósitos são mais humildes: tomando como base autores que partem de uma visão crítica de sociedade e que se debruçaram sobre a chamada “grande mídia”, apresento, de forma bastante sucinta, algumas das principais maneiras pelas quais essa mídia garante a manutenção da ordem social dominante. Ademais, busco mostrar como ela pode ajudar na transformação dessa ordem, discutindo o papel da educação na formação dos profissionais do jornalismo e dos próprios receptores.

Antes de levar a cabo essa discussão, vale salientar que, neste texto, utilizo a expressão “grande mídia” para designar aquela que alcança uma audiência ampla e que tende a refletir o pensamento hegemônico, que favorece indivíduos e grupos dominantes. Já por “dominação”, compreendo toda relação de poder que é sistematicamente assimétrica. Nas palavras de John B. Thompson (2000, p. 80): uma situação pode ser descrita como de dominação “[...] quando grupos particulares de agentes possuem poder de uma maneira permanente, e em grau significativo, permanecendo inacessível a outros agentes, ou a grupos de agentes, independentemente da base sobre a qual tal exclusão é levada a efeito”.

A fim de alcançar os propósitos supramencionados, desenvolvi uma estratégia argumentativa em três etapas: comecei pela apresentação de algumas das censuras invisíveis presentes no processo de produção, transmissão e recepção da “grande mídia”.

Censuras que reforçam diferenças e assimetrias relativamente estáveis. Em seguida, examinei algumas das maneiras através das quais as mensagens veiculadas nessa mídia podem estar a serviço dessas diferenças e assimetrias. E, por fim, examinei alguns princípios éticos que considero que devem orientar a produção dessas mensagens, bem como a necessidade de investir na formação de receptores críticos.

Estruturas e censuras invisíveis: o silêncio a serviço da dominação

O processo de produção das mensagens veiculadas pela “grande mídia” desenvolve-se em um espaço socialmente estruturado de poder, ou seja, marcado por assimetrias, divisões e diferenças coletivas relativamente estáveis (THOMPSON, 2000). A distribuição e o acesso às oportunidades e possibilidades de ter voz nessa mídia não são, de forma alguma, iguais para todos os grupos sociais. Grupos que habitualmente não possuem acesso às posições de poder (pobres, negros, homossexuais, crianças etc.) e, mais particularmente, aqueles considerados *outsiders* (usuários de drogas, torcedores organizados, *black blocs*, pichadores, integrantes de movimentos sociais etc.) tendem a não ser utilizados nem como fontes de informação nem, muito menos, como fontes de reflexão.

Prova disto é que, quando há conflitos em manifestações políticas (principalmente nas protagonizadas pela esquerda), por exemplo, a “grande mídia” tende a recorrer às autoridades públicas e policiais, que não apenas fornecem informações detalhadas sobre o que (supostamente) ocorreu, mas, também, emitem opiniões, juízos e explicações sobre o assunto. Esta é uma das razões (mas não a única) para a versão das forças dominantes se impor, com muita frequência, a dos grupos dominados – como ocorreu, por exemplo, nas Jornadas de Junho de 2013 (ocasionada pelos protestos contra o aumento da tarifa do ônibus e, posteriormente, desmembrada em outras reivindicações), quando os principais jornais e telejornais do Brasil defenderam inicialmente as ações (truculentas) da Polícia Militar (CASTRO; ROCHA, 2014).

Esta exclusão de grupos subalternos da “grande mídia” constitui uma espécie de censura ao mesmo tempo invisível e brutal sobre eles. Censura que contribui para silenciar a divergência de versões e opiniões e homogeneizar aquilo que é noticiado. Para agravar a situação, a busca encarniçada e desenfreada pela audiência tende a comprometer a qualidade da notícia, uma vez que os jornalistas passam a buscar o “sensacional”, o

“extraordinário”, o “fato novo”, em detrimento da apuração minuciosa do ocorrido ou da cobertura de problemas sociais relevantes. Problemas gravíssimos como, por exemplo, a dificuldade de pessoas com deficiência ingressarem no mercado de trabalho tendem a ser deixados na sombra. No silêncio. Afinal, como precisa atrair a atenção do maior número possível de pessoas, a “grande mídia” tende a pautar temas que interessam a todo o mundo, que entretêm, mas que, com frequência, não tocam em nada de importante, como diria Pierre Bourdieu (1997).

Outra razão para a homogeneização dos produtos da “grande mídia” é a “circulação circular” da informação. As decisões sobre aquilo que é jornalisticamente relevante e que, conseqüentemente, deve ser publicado são, em larga medida, definidas em função das decisões dos veículos concorrentes – o que produz um efeito de barreira, de fechamento mental e temático. Como observa Bourdieu (1997, p. 32), “para os jornalistas a leitura dos jornais é uma atividade indispensável e o clipping um instrumento de trabalho: para se saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram”. As limitações de tempo (no caso do rádio e da televisão) e de espaço (no caso da mídia escrita) também tendem a piorar a qualidade do debate midiático, uma vez que fazem com que dificilmente algo bem fundamentado possa ser dito ou escrito (BOURDIEU, 1997).

De acordo com Teixeira Coelho (1995), o problema com a indústria cultural – da qual a “grande mídia” faz parte – reside justamente no fato de suas mensagens serem apresentadas de forma acelerada, fragmentada e sem profundidade. Em outras palavras: seu problema não é tanto seus conteúdos propriamente ditos – que, eventualmente, podem até conter elementos críticos –, mas a forma como são veiculados. A tônica das mensagens da referida indústria é, segundo o autor, a rapidez. Tanto é que a “grande mídia” raramente apresenta, de forma articulada e consistente, argumentos sobre o que está acontecendo. Na verdade, ela tende a se limitar a constatar, a indicar, os (supostos) ocorridos do mundo, que logo perdem espaço na sua agenda. Com isso, não permite que seu receptor submeta suas mensagens a um exame lógico – o que dificulta a compreensão de tais ocorridos. Por conseguinte, de acordo com o autor, “[...] a possibilidade de proceder a uma interpretação simbólica do mundo, de procurar suas causas e reuni-las em teorias coerentes, torna-se sempre, mais e mais, algo como um dom especial, reservado a um pequeno número, quase uma elite” (COELHO, 1995, p. 63).

Ideologia e seus modos de operação: o sentido a serviço da dominação

Devido às razões expostas no tópico anterior, as mensagens difundidas na e pela “grande mídia” tendem a ser ideológicas (o que não significa que elas, efetivamente, sejam), servindo para estabelecer e sustentar relações de opressão e dominação (de classe, gênero, raça, nacionalidade, idade etc.). O silenciamento da opinião de grupos subalternos contribui, por exemplo, para a construção de um “pensamento único”, que legitima os interesses das forças dominantes, como a eliminação de direitos conquistados pela classe trabalhadora. Além de proceder pela legitimação, há diversos outros modos através dos quais as mensagens midiáticas podem, em contextos sócio-históricos específicos, favorecer a dominação. Aqui, limitar-me-ei a apresentar os modos gerais de operação da ideologia discutidos por Thompson (2000). Modos que podem se sobrepor e se reforçar mutuamente.

Antes, contudo, é preciso esclarecer que, seguindo sua proposta teórica, entendo que os receptores das mensagens da mídia não são passivos, ou seja, não são esponjas que absorvem indiscriminadamente o que se passa diante deles na tela ou que está escrito no papel. Ao contrário, o processo de apropriação dessas mensagens “[...] é um processo ativo e potencialmente crítico, no qual as pessoas estão envolvidas num contínuo *esforço para entender*, um esforço que procura dar sentido às mensagens que recebem, responder a elas e partilhá-las com os outros” (THOMPSON, 2000, p. 37, grifo do autor).

Prova disso é que, se os receptores fossem assim tão incapazes de negociar e barganhar as mensagens midiáticas, como poderíamos explicar a existência de movimentos de resistência política? Como explicar, por exemplo, os enormes protestos contra a Organização Mundial do Comércio em Seattle em 1999? Ou ainda, a onda revolucionária, em 2010, em países como o Egito, Síria e Tunísia, que ficaram conhecidos como a Primavera Árabe? Como explicar o que ocorreu, em 2019, em Hong Kong ou no Chile?

Enfatizar o caráter ativo do processo de recepção, vale sublinhar, não significa, como queriam alguns teóricos liberais, que ele seja incondicionado, ou seja, que o receptor seja fonte de todo significado (BARROS FILHO, 1995). Afinal, como em um jogo de xadrez, para utilizar a metáfora proposta por Thompson (2000), nós não definimos nossos próprios movimentos a partir do nada, de um vazio ontológico, mas, sim, a partir dos recursos simbólicos que nos estão disponíveis.

Entendendo, portanto, que o receptor é ativo e potencialmente crítico, considero um erro extrair as consequências ideológicas das mensagens da “grande mídia” a partir unicamente da reflexão sobre sua estrutura e conteúdo. Isto é, para sabermos se uma mensagem é ideológica ou não, e o quanto o é, temos de examinar as maneiras como é usada e entendida em contextos sociais específicos. Por esta razão, de acordo com Thompson (2000, p. 18), podemos ser levados “[...] a olhar uma forma simbólica ou um sistema como ideológico num contexto e como radical, subversivo, contestador noutro. [Podemos ser levados] a ver o discurso sobre direitos humanos, por exemplo, como apoiando o *status quo* num contexto e como subversivo noutro”.

Assim, tendo em mente que nenhum tipo de mensagem é intrinsecamente ideológico, apresento o primeiro modo geral de operação da ideologia: a legitimação. Uma das formas da “grande mídia” contribuir para a manutenção do *status quo* é fazendo crer que ele é justo e digno de apoio (THOMPSON, 2000) – como, por exemplo, quando uma matéria jornalística defende que marchinhas carnavalescas com conteúdo racista sejam parte de uma tradição popular antiga e, portanto, aceitável. Ou quando faz crer que a restrição ou, até mesmo, a destruição dos direitos trabalhistas é de interesse de toda a população brasileira, e não apenas dos donos do capital.

O segundo modo geral de operação da ideologia é a dissimulação. A “grande mídia” serve aos interesses das forças dominantes quando oculta, nega, obscurece, relações de opressão e exploração. Quando desvia nossa atenção de processos abusivos (THOMPSON, 2000). Por exemplo, quando descreve a supressão violenta de um protesto por parte da polícia como “restauração da ordem”. Ou ainda, quando apresenta a reação de *black blocs* a esse tipo de ação policial através da metáfora da doença – como se fossem um “vírus”, uma “excrescência”, um “câncer” a ser eliminado do “corpo social” –, negligenciado as circunstâncias que os motivaram a agir de forma violenta e a se envolver em ações vandálicas (com isso, cabe notar, não estou sugerindo apoio a qualquer forma de violência, apenas indicando que, muitas vezes, a “grande mídia” passa por cima da formação dos conflitos e apresenta um relato maniqueísta dos eventos).

O terceiro modo geral de operação da ideologia é a unificação. Mensagens difundidas na e pela “grande mídia” mantém relações de dominação quando interligam pessoas ou grupos sociais em uma identidade coletiva, independentemente das diferenças e divisões que possam separá-los (THOMPSON, 2000). Por exemplo, quando servem para unificar toda a classe política em uma identidade deteriorada, levando a população à resignação (“tanto faz em quem eu voto, político é tudo igual mesmo”). Ou ainda, quando

são expressas através da “língua nacional” em um contexto linguisticamente diferenciado, passando por cima das singularidades culturais de grupos oprimidos – como ocorre, por exemplo, em algumas regiões da Espanha.

O quarto modo geral de operação da ideologia é a fragmentação. Relações de dominação podem ser mantidas pela “grande mídia” não apenas unificando as pessoas em uma mesma identidade, mas também “segmentando aqueles indivíduos e grupos que possam ser capazes de se transformar num desafio real aos grupos dominantes, ou dirigindo forças de oposição potencial em direção a um alvo que é projetado como mau, perigoso ou ameaçador” (THOMPSON, 2002, p. 87). Por exemplo, quando expurgam os movimentos sociais, retratando-os como entidades criminosas. Ou quando enfatizam suas divisões internas, reforçando sua desunião.

O quinto modo geral de operação da ideologia é a reificação. A “grande mídia” pode servir aos interesses das forças dominantes retratando “[...] uma situação transitória, histórica, como se essa situação fosse permanente, natural, atemporal” (THOMPSON, 2002, p. 87). Por exemplo, quando faz crer que as diferenças na divisão social do trabalho (e na remuneração) entre homens e mulheres podem ser atribuídas às diferenças fisiológicas entre os sexos. Ou ainda, “[...] quando apagam os atores e a ação e tendem a representar processos como coisas ou acontecimentos que ocorrem na ausência de um sujeito que produza essas coisas” (p. 88) – como quando falam em “redução dos investimentos na educação” ao invés de o “Governo Federal decidiu reduzir os investimentos na educação”.

Educação e princípios éticos: as “armas” contra a dominação

Uma vez apresentados e exemplificados alguns modos através dos quais as mensagens veiculadas na e pela “grande mídia” podem servir à dominação, discutirei, agora, algumas questões mais normativas acerca dessa mídia. Entre elas, quais contribuições poderia (e deveria) oferecer para a construção de uma sociedade mais democrática e justa. Em primeiro lugar, pautando problemas sociais que afetam grupos dominados e que habitualmente recebem pouca visibilidade. Em segundo lugar, fornecendo informações e pontos de vista diferentes para que as pessoas formem suas próprias opiniões acerca desses problemas, garantindo a diversidade e a pluralidade de opiniões.

Para tanto, é preciso enfrentar duas ameaças: primeira, a advinda do uso excessivo e repressivo do poder do Estado. Afinal, este pode representar uma ameaça à liberdade de expressão quando estabelece mecanismos de censura aberta ou quando exerce algum tipo de pressão econômica (por meio, por exemplo, de taxações ou subsídios). Segunda, a advinda da formação de conglomerados de comunicação em grande escala, que pode reduzir a diversidade e limitar a capacidade de muitas pessoas se fazerem escutar. Não à toa, para Thompson (1998; 2000), o estabelecimento de uma imprensa livre passa pela promoção, através de mecanismos legais, de uma estrutura institucional que garanta a existência de uma pluralidade de organizações independentes da mídia. Mecanismos que não apenas limitem as fusões e outros tipos de cartéis da indústria midiática, mas, principalmente, que crie condições favoráveis para o desenvolvimento de novas organizações que não façam parte dos conglomerados já existentes.

Além de garantir uma pluralidade independente de organizações da mídia, é fundamental que os cursos de comunicação invistam fortemente na formação ética dos futuros profissionais da área, para que quando entrem no mercado de trabalho já tenham clareza das possíveis consequências sociais (negativas e positivas) de sua prática profissional. Aqui, é importante observar que, na medida do possível, a reflexão ética deve estar presente em todas as disciplinas, não se limitando, portanto, àquelas destinadas à discussão da legislação específica da área.

Também é fundamental que pesquisadores colaborem para o desenvolvimento do campo da comunicação apresentando e discutindo os resultados de suas investigações, já que isto pode possibilitar que os sujeitos dessas investigações (jornalistas, por exemplo) vejam a si mesmos e a sua atividade profissional de forma diferente, revisando seu entendimento anterior sobre ela. Essa discussão pode (e deve) desembocar em recomendações concretas, que podem tomar a forma de códigos profissionais voluntários. Estes “[...] podem formular critérios para a diversidade na redação dos jornais, na forma de coletar as notícias, nos tópicos e nas fontes de notícia, entre outras recomendações – isto é, na execução de normas e valores profissionais gerais” (VAN DIJK, 2008, p. 36).

Por exemplo, ao estudar a cobertura de conflitos, Xavier Giró (2007) propõe, entre outras coisas, que essa cobertura dê voz a todas as partes, promovendo empatia e a compreensão mútua; seja preventiva, não esperando a violência ou a guerra eclodir; humanize todos os lados; enfatize os efeitos invisíveis da violência (traumas psicológicos, exclusões sociais, intolerâncias culturais etc.); inclua o sofrimento dos grupos subalternos; aponte para os erros de todos os setores, não apenas os de tais grupos;

destaque todos aqueles que trabalham pela paz, e não apenas as elites dirigentes; e dê destaque para as iniciativas de construção de convivência e diálogo, a fim de evitar mais violência.

Por último, também considero fundamental o investimento na formação crítica dos receptores das mensagens midiáticas. Quando se discute o que fazer para melhorar a produção da “grande mídia”, enfoca-se frequentemente estratégias de transformação de seus conteúdos, esquecendo-se que estes só adquirem sentido quando apropriados por pessoas concretas. Diante disto, penso que a reflexão sobre essa mídia deve estar presente nas escolas desde os primeiros anos. Afinal, grande parte das informações que temos sobre o mundo em que vivemos hoje nos é fornecida por ela. É fundamental, portanto, que saibamos como essas informações são produzidas, transmitidas e recebidas. Por que elas são como são e quais são os efeitos que produzem.

Considerações finais

Neste texto, busquei apresentar algumas das principais maneiras pelas quais a “grande mídia” garante a manutenção da ordem social dominante, assim como discutir como ela pode ajudar na transformação dessa ordem, focalizando a questão da formação dos profissionais do jornalismo e dos próprios receptores. Com isso, busquei contribuir para o desenvolvimento do debate sobre comunicação e poder sistematizando e ilustrando argumentos fornecidos por alguns dos maiores teóricos sobre o tema. Estou ciente, no entanto, que, para o aprofundamento desse debate, é preciso escapar das armadilhas do debate escolástico, da ideia pela ideia, e sujar as mãos na cozinha da empiria, como diria Bourdieu (1997), produzindo pesquisas que analisem realidades concretas. Só assim sairemos do campo da abstração e saberemos como efetivamente comunicação e poder se relacionam.

Diante disso, finalizo este texto reforçando a importância do investimento na ciência para a produção de informação de qualidade e refinamento dos debates públicos. Muitas vezes vistas com desprezo por nossos governantes, as Ciências Humanas e Sociais são, ainda, com o perdão pelo uso da metáfora bélica, uma arma poderosíssima para desconstruirmos mitos que dão suporte a notícias falsas e envenenam a opinião pública. Mas seu papel não é apenas o de desconstrução, e, sim, também, de produzir novos horizontes, capazes de fazer frente aos fantasmas do passado, que orientam as pessoas

para soluções autoritárias e antidemocráticas, ao invés de as movimentarem em direção à liberdade e ao enfrentamento das diversas desigualdades que caracterizam e envergonham o nosso país.

Referências

BARROS FILHO, C. **Ética na comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 1995.

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

CASTRO, R.; ROCHA, H. Junho de 2013 no Brasil: O jornalismo e a ideologia. In: ROCHA, H.; CASTRO, R.; VIZEU, A. (Orgs.). **Comunicação e ideologia**. Recife: PROEXT-UFPE & E. Universitária da UFPE, 2014, p. 25-46.

COELHO, T. **O que é indústria cultural?** São Paulo: Brasiliense, 1997.

GIRÓ, X. Enfoques analíticos críticos sobre el discurso de la cobertura informativa de conflictos. In: TIZIANO, T.; FORERO, S.; ANDÉS, E. (coords.) **Espacio y tiempo en la globalización**. Una visión de la transparencia en la información. Universita' di Pisa y Comisión Estatal para el Acceso a la Información Pública del Estado de Sinaloa, Toluca (México). 2007, p. 199-220.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

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