

# A trajetória da comunicação e o ensino do jornalismo

*Raquel Mourão Brasil\**

## Resumo

Acostumado à uma visão fragmentada da realidade, construída pelas diversas instâncias socializadoras - sobretudo a escola e as mídias - o aluno que chega ao jornalismo, via de regra, não tem claro o papel importante que a informação exerce sobre o ser e estar no mundo. O que a autora pretende é resgatar a trajetória histórica da comunicação, a sua transformação em informação e a industrialização desta enquanto mercadoria pretensamente asséptica, livre da subjetividade de seu autor.

*Palavras-chave:* comunicação e informação: subjetividade

## 1 Introdução

A produção da informação, diferentemente das demais mercadorias, é um trabalho que exige a intervenção da subjetividade do jornalista pois é ela que dá sentido aos fatos sociais. Portanto, a prática do jornalista não pode ser alienada, acrítica, indiferente às implicações sociais, políticas, econômicas e/ou culturais da *mercadoria* que produz. O produto informação não se extingue em si mesmo, não desaparece uma vez consumido. Ele interfere diretamente no ser e estar no mundo dos receptores. Por isso, a formação do jornalista em nível universitário deve ir além das exigências estreitas do mercado. Ela requer a compreensão da comunicação como fenômeno social indissociável do desenvolvimento dialético das forças produtivas, elemento indispensável à formação bio-psico-cultural do homem.

Da mesma forma, a formação acadêmica do jornalista deve estar voltada, também, à compreensão do futuro profissional de que numa sociedade estratificada em classes, não existe imparcialidade - seu

---

\* Jornalista, mestre em Educação Escolar Brasileira, professora da UFG. E-mail: rmourao@international.com.br.

trabalho vai estar sempre voltado à conservação ou emancipação das forças sociais. Ainda, que o lugar social de onde ele vê os fatos sociais é determinante para a sua compreensão e interpretação, daí a necessidade de identificar o local de onde fala e, mais importante, se sua fala produz a realidade de seu mundo ou reproduz um mundo que o contradiz. O que se pretende neste artigo é reconstruir a trajetória histórica da comunicação, numa perspectiva *ainda* marxista e que privilegia o trabalho como sua fonte geradora. Assim, comunicação é aqui entendida como fenômeno social indissociável do desenvolvimento dialético das forças produtivas, determinado e determinante do processo de hominização. O que se busca, de alguma forma, é contribuir para o entendimento da produção industrial da informação pelas atuais mídias, recuperando seu sentido social historicamente construído.

## 2 Interação pensamento-ação: a gênese da comunicação

Segundo Marx e Engels (s.d. :36), o despertar da consciência e a elaboração do conhecimento não são frutos do acaso, mas produtos sociais engendrados pela e na atividade gênese da hominização, o trabalho. Na produção da sua existência, o homem primitivo não se ateve a apenas criar as condições para manter-se vivo mas orientou-se também para a construção e a posse de instrumentos necessários à sua sobrevivência. Isso foi possível porque sua atividade foi orientada pelo pensamento, pelo desenvolvimento de sua capacidade teleológica, isto é, pela capacidade que o homem possui de executar sua ação segundo planos e objetivos antecipadamente concebidos. Prado Jr. assim expressa o que denomina *ciclo do conhecimento*: “O pensamento dirige ação e é por ela condicionado; e é nesse condicionamento que vamos encontrar o conhecimento; é do pensamento gerado na interação do homem com o universo, realizada pela ação, que brota e se constitui o conhecimento” (1955:50)

Essa atividade produtora da existência humana produz o homem também como ser social, isto é, o coloca em relação com outros homens. Estudiosos de diferentes filiações teóricas, se pródigos em atribuir significados distintos à comunicação, foram contudo unânimes em reconhecer o seu caráter de necessidade vital, biológica, do homem. “Nenhum homem é uma ilha. É comunicação”, concluíram, entre outros, tanto o norte-americano John Doone quanto o brasileiro Paulo Freire.

Essa insuficiência genética que leva o homem a interagir com o outro para aprender a ser homem é que conduziu ao desenvolvimento da comunicação. Esta surge como fenômeno indissociável do processo de hominização e, por isso, estará afeta às mesmas transformações e determinações sofridas por este no tempo e no espaço históricos.

Ao analisar os fatores constituintes do trabalho anteriores ao surgimento do modo capitalista de produção, Marx coloca a relação homem-trabalho-comunidade-linguagem-conhecimento numa perspectiva emancipadora, isto é, enquanto elementos constituintes de uma mesma célula, em permanente e simultânea interação, sem que nenhum ganhe relevância sobre os demais mas, antes, estabelecendo entre si uma estreita e mútua dependência, de tal forma que a modificação em um se manifesta imediatamente nos outros. Segundo Marx, nos modos de produção que antecederam ao capitalismo, o trabalho, enquanto atividade vital, tinha como finalidade o homem, isto é, objetivava assegurar a reprodução do indivíduo, de sua família e de sua comunidade como um todo.

Reprodução, aqui, não significava a repetição alienada, mecânica, da atividade prática, onde a finalidade traçada pelo pensamento mantinha-se inalterada uma vez findo o processo. A característica básica dessa reprodução era, ao contrário, a apropriação de objetos por sujeitos e a sua configuração enquanto instrumento de emancipação acarretava “ao mesmo tempo, necessariamente nova produção e destruição da velha forma” (Marx, 1977:87,88).

A existência do indivíduo se consolidava subjetiva (individuação) e objetivamente (socialização) na medida que não havia separação entre as condições naturais e inorgânicas de produção de sua existência. A estreita dependência homem-comunidade proporcionava tanto o aperfeiçoamento do trabalho quanto a evolução biológica do homem, constituindo-se, além disso, em elemento determinante para a elaboração do conhecimento e a construção da linguagem enquanto processo de comunicação e de identificação social. “A consciência da necessidade de entabular relações com os indivíduos que o cercam marca para o homem a tomada de consciência de que vive efetivamente em sociedade” (Marx e Engels, s.d. :36,37).

Entendo esse *entabular* relações de que falam Marx e Engels como o processo de comunicação, ou seja, a troca entre sujeitos que entram em relação *no* e *pelo* trabalho, buscando conhecer e construir

a si mesmos e à realidade social. Sendo o homem proprietário das condições objetivas de trabalho estas, por sua vez, configuravam-se também como condições de sua atividade subjetiva, pois a apropriação real não se consumava somente pela atividade do pensamento, mas também mediante a ação transformadora do homem sobre a natureza.

Resgatando-se novamente o *ciclo do conhecimento* elaborado por Prado Jr., pode-se definir como sujeito aquele que tem sua ação dirigida pelo pensamento que, por sua vez, é por ela condicionado, de tal modo que a ação a ele retorna modificando-o. O processo comunicativo - expresso por gestos, contatos físicos, palavras, olhares etc-, surge como elemento possibilitador, mediador e gerador do conhecimento. Um conceito de comunicação, portanto, não pode desprezar essa fonte geradora que é o trabalho e que teceu, primitivamente, numa mesma trama, consciência, conhecimento e igualdade social.

Barreiras impostas ao desenvolvimento livre de qualquer um desses elementos rompe com a unidade original da comunicação, despojando-a de seu conteúdo social. Quando a comunicação, por obra dos homens é despregada de sua origem etimológica (do latim *communis*, comum união, comunhão), e aprisionada por interesses particulares, ela se encaixa à interpretação mecanicista, pretensamente a-ideológica, onde o ato comunicativo deixa de ser dialógico para se tornar “ato interlocutório, um falar ordenando” (Pacheco, 1987:70).

### **3 O trabalho como estruturante da comunicação e da informação**

Se a divisão e a diversificação das tarefas sociais foi uma exigência da evolução e conseqüente complexidade e aprimoramento tanto da sociedade quanto das técnicas produtivas - “um impulso elementar sem sujeição a plano algum”, segundo Engels (1977:46) - não é menos verdadeiro que também se constitui no caldo de cultura para o que viria a ser a mais radical separação entre os homens: a divisão social do trabalho. Foi a progressiva diferenciação entre o trabalho material e intelectual, consolidada ao longo da História, que desencadeou o processo de discriminação econômico-social que já a partir do nascimento determina o lugar de cada homem no processo produtivo e a sua possibilidade de acesso aos bens materiais e simbólicos.

A evolução das forças produtivas, segundo Marx, “pressupõe um processo histórico que dissolve as diversas formas nas quais o trabalhador é um proprietário e o proprietário trabalha” (1977, 91,92), dissolução que se completa sob o capitalismo. Neste, a maioria dos homens é proprietária apenas da sua força de trabalho, vendo dissolvidas tanto a sua relação de propriedade com o objeto (a terra), o instrumento e o produto do seu trabalho, quanto o sentimento de pertencimento social, que até então constituíam as condições inorgânicas para a produção de sua existência.

A divisão social do trabalho coloca o objeto como algo exterior ao sujeito e o processo cognitivo, que até então era construído pela interação dialética sujeito-objeto, será fragmentado como o próprio trabalho. O trabalhador passa a ter acesso a apenas fragmentos de um conhecimento eminentemente interessado, suficiente apenas para um fazer igualmente fragmentado. Se o artesão dominava seu ofício como arte e enquanto tal transmitia seu conhecimento ao aprendiz, ao trabalhador assalariado só será permitido o acesso a parcelas do saber e do fazer: a realização do todo só será obtida mediante a contribuição do conhecimento também fragmentado de outros trabalhadores.

Sendo a comunicação uma das expressões das relações sociais desenvolvidas no trabalho, nela encontram-se também objetivadas as formas ideológicas de dominação e alienação do homem. À medida que ele vai perdendo o controle tanto do produto final do seu trabalho como do conteúdo ideológico da comunicação que estabelece, pela prática produtiva, com outros homens, vai também introjetando como legítimas as idéias, os valores, os conceitos, as representações, as normas e as doutrinas que asseguram como natural a estratificação da sociedade em classes e a supremacia de uma delas. Ao modo capitalista de produção passa a corresponder o *modo capitalista de pensar*, conceito cunhado por José de Souza Martins, que o define como:

A mediação necessária na produção e reprodução da crise da alienação que subjugava quem não é capitalista, invertendo o sentido do mundo e dando uma direção conservadora e reacionária à ação que deveria construir a sociedade transformada, desvinculando e contrapondo entre si o saber e a prática (1978:XII).

Como o pensamento se manifesta predominantemente através da linguagem, esta também sofre um processo de determinação de classe

de tal modo que para cada uma delas existem códigos linguísticos distintos e que constituem em elementos de discriminação social. Pela estruturação e articulação da fala é plenamente possível a identificação da origem social do indivíduo. Segundo Gramsci, além da origem social, a linguagem revela também uma visão de mundo: “Se é verdade que toda linguagem contém os elementos de uma concepção do mundo e de uma cultura, será igualmente verdade que, a partir da linguagem de cada um, é possível julgar a maior ou menor complexidade de sua concepção do mundo” (1966:13).

Tal como a linguagem, a comunicação, que foi construída pelo trabalho, passa a ser determinada por ele. É nesse momento que Taufic (1979:16) assinala a sua mais determinante metamorfose:

A comunicação deixou de ser comunhão desde o momento que se iniciou a exploração do trabalho alheio. A imensa maioria dos homens já não podia falar de igual para igual com seus iguais (...) Esse desequilíbrio transformou a comunicação em informação, no sentido aristotélico do termo, isto é, em imposição de formas.

Considero, contudo, inadequado afirmar-se que a divisão social do trabalho *transformou* a comunicação em informação. Creio ser mais apropriado dizer-se que a divisão social do trabalho *reduziu* a comunicação à informação. Isso não significa, contudo, que a informação seja, por princípio, autoritária. Entendo que informação é um dos conteúdos da comunicação social e interpessoal que pode contribuir tanto para a produção de um conhecimento independente, quanto para a reprodução de um sistema de valores ideológicos, a depender da *natureza* e dos *objetivos* da comunicação estabelecida entre os interlocutores.

#### 4 A produção dos signos ideológicos

A sociedade assentada na divisão social do trabalho e estratificada em classes necessita de suportes institucionais e de produtores individuais de signos ideológicos que não apenas dêem legitimidade à classe dominante, como também contribuam para introjetar nos indivíduos comportamentos sociais desejáveis, ou seja, que promovam a adaptação dos indivíduos ao contexto social, garantindo à dominação um caráter de naturalidade, de universalidade. Segundo Marx e Engels,

é sobre o conjunto das relações de produção que se eleva a superestrutura jurídica e política, encarregada de dar forma à consciência social:

(...) serão antes os homens que, desenvolvendo a sua produção material e as suas relações materiais, transformam, com esta realidade que lhes é própria, o seu pensamento e os produtos desse pensamento. Não é a consciência que determina a vida, mas sim a vida que determina a consciência (s.d. 26).

Não poucos estudiosos já ressaltaram que este postulado de Marx não pressupõe que as relações sociais estariam automaticamente transformadas se transformadas fossem as relações de produção. A relação infra-estrutura/superestrutura não é de causa-efeito e nem a última um reflexo abstrato da primeira. Optar por esse caminho é tanto desconhecer a unidade dialética do todo social, como ignorar o papel da ideologia como fonte legitimadora das “formas espirituais destinadas a justificar a desigualdade e a exploração sócio-econômica capitalista” (Aguirre, 1981:38) ou, ainda, não atentar para as concessões que historicamente a classe dominante tem demonstrado ser capaz de fazer para evitar rupturas no *status quo*. O que, ao contrário, se depreende neste pensamento de Marx, é o caráter social da consciência.

Segundo Bakhtin, a consciência é social porque adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado, no curso das relações sociais, e sua lógica é a mesma da comunicação ideológica, da interação semiótica. Diz ele:

Se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada. A imagem, a palavra, o gesto significante etc, constituem seu único abrigo. Fora desse material há apenas o simples ato fisiológico, não esclarecido pela consciência, desprovido do sentido que os signos lhe conferem (1990:36).

Tanto Bakhtin quanto Schaff *constroem* um edifício para explicar a conexão infra-estrutura (que o último denomina de base) e superestrutura. Segundo Schaff, a existência social é a base sobre a qual e em função da qual se eleva a superestrutura, edifício construído com as idéias, as opiniões e as representações dos homens e as instituições correspondentes. A esse conceito, pode-se acrescentar a

ressalva feita por Bakhtin: a de que a consciência social não é o arquiteto desse edifício e sim um de seus inquilinos (idem).

Se a lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica e se esta é formulada e desenvolvida através dos signos, é mediante as formas e meios através dos quais estes se concretizam e se disseminam, que se encontram os canais que conduzem e adaptam o indivíduo à sociedade. É preciso ressaltar que idéias, valores, conceitos, representações etc constituem também objetos de uma produção específica: a produção do saber.

Considerando-se que a característica fundamental da divisão social do trabalho é a de ter promovido a quebra da unidade entre teoria e prática, entre trabalho intelectual e manual, percebe-se que os produtores dos signos não são os mesmos que produzem as condições para a existência material. Esses signos, por sua vez, estarão eivados da ideologia da classe dominante, formando “um conjunto lógico, sistemático e coerente de representações (idéias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer.” (Chauí, 1981:113) Estamos, portanto, diante de duas categorias de produtores: os que atuam ao nível da superestrutura, produzindo bens não materiais (ideologia, por exemplo) e os que atuam na infra-estrutura, produzindo bens materiais.

Em texto sobre a censura, Marcondes F<sup>o</sup> aborda a contribuição que indivíduos de outra origem social fazem à manutenção do poder pela classe dominante:

Pode parecer estranho, mas na realidade não é a classe dominante que exerce o poder nas sociedades capitalistas. Pelo menos não é a classe toda. A classe exerce um controle virtual sobre o modo de funcionamento do sistema como um todo e delega funções de comando. Os principais mantenedores dessa ‘ordem’ social, os que se empenham mais acirradamente pela sua conservação e mais perseguem os supostos inimigos dessa ordem, igualmente não são a classe dominante, mas seus servidores. É uma extensa faixa das camadas médias formada principalmente por aqueles que almejam um dia ser classe dominante (1989:98).

A dominação, portanto, só é possível porque conta com a contribuição de indivíduos da própria classe dominada. No

desempenho de seus papéis - produção ou reprodução dos signos ideológicos - esses indivíduos promovem a colonização do espírito também através da comunicação que, enquanto expressão das relações sociais, sofre igualmente a determinação de classe.

Mas essa colonização do espírito requer o respaldo de instituições que dêem suporte, construam e disseminem o domínio, o discurso e as idéias da classe dominante e, nesse sentido, os meios de comunicação surgem como veículos por excelência para a manutenção do sistema. “Produto ideológico, o sistema, e o produto real, a mercadoria e a circulação de mercadorias, os meios de comunicação de massa garantem e legitimam o domínio do capital e de suas consequências para a organização da vida social, para o estabelecimento, manutenção e recuperação do processo de produção capitalista” (Vieira, 1984:22)

Os meios de comunicação de massa não são, portanto, exclusivamente veículos transmissores de informação mas, principalmente, suportes ideológicos e econômicos do sistema. Enquanto indústria produtora de sua própria mercadoria - a informação - os meios de comunicação de massa, modernamente denominados mídias, sustentam-se e sustentam o sistema mediante a veiculação da publicidade de outras mercadorias. Segundo o teórico austríaco Friedrich Geyrhofer, isso ocorre porque as mídias reproduzem a contradição fundamental da ideologia democrática liberal, ou seja, incentivo à emancipação na esfera política e exploração na esfera econômica. Daí se justificaria a duplicidade de seu caráter: instrumento de emancipação democrática, mas também empresas puramente comerciais, orientadas para o lucro, onde as matérias jornalísticas não passam de suporte para os anúncios. Segundo o autor,

o duplo caráter do jornalismo torna mais agudo o duplo caráter de mercadoria. A imprensa deve a justificativa de sua existência somente aos anúncios. Este é o seu valor de troca. Contudo, os jornais só são vendáveis quando oferecem opiniões e notícias; esse é seu valor de uso. Sem dúvida, o valor de uso é subordinado ao valor de troca (Geyrhofer, apud Marcondes F<sup>o</sup>, 1984:162).

Reconhecendo que o jornal é um investimento caro, Geyrhofer acredita que mesmo nos pequenos jornais ou na imprensa dita *séria* (grifo do autor), onde os editores perseguem intenções políticas acima de tudo, raramente o valor comercial do jornalismo é sacrificado em

proveito do ponto de vista emancipatório. Isso ocorreria porque tais jornais atuariam como “suporte à propaganda de grupos políticos, que no mercado da democracia concorrem pelo poder do Estado” (idem). O teórico austríaco entende a manipulação como elemento intrínseco a esse duplo caráter do jornalismo e considera ingenuidade querer denunciá-la contrapondo a manipulação comercial ou política à informação objetiva.

Onde o jornalista quer informar, lá ele estará manipulando, onde ele manipula, lá ele deverá informar. O caráter de mercadoria da informação encontra-se na sua natureza e não somente no seu aproveitamento comercial. Por isso, é uma ilusão ter esperanças de um jornalismo rigorosamente objetivo, libertado das exigências capitalistas (ibidem:163).

Geyrhofer refuta, assim, qualquer possibilidade de existência de uma informação objetiva. Para ele, a exigência de uma informação objetiva fracassa todas as vezes pela sua própria dialética, da qual o jornalista é também um resultado. Isso ocorre, segundo ele, porque na língua não existe separação entre informação objetiva e tomada de posição subjetiva, e mesmo o cuidado com o informar já é uma intromissão no seu conteúdo. Informar, portanto, não é uma ação neutra como quer fazer crer a doutrina liberal.

A incorporação da comercialização da informação pelo capital como fenômeno natural é abordada por Jean D’Arcy, teórico-referência a qualquer estudo que se faça sobre o direito à comunicação. Segundo ele, comunicar é uma necessidade específica, biológica, à qual a ação interventora das mídias não deveria modificar. No entanto, ele ressalta, em texto de 1969, que depois de 50 anos de existência dos meios de comunicação de massa, “nos acostumamos a um tipo de circulação de informação que nos parece normal e o único possível: a circulação vertical, unidirecional, de alto para a base, de mensagem não diversificada, anônima, produzida por uns poucos para todos. Não há comunicação”

## **5 O jornal e sua destinação ideológica**

Diante do exposto, talvez fosse cabível perguntar-se se as mídias teriam uma única e inevitável destinação ideológica, ou seja, a de serem

canais exclusivos de dominação e de manutenção da hegemonia da classe dominante. Conforme Marx, tanto a ciência quanto a tecnologia são produtos do trabalho humano e se ambas são instrumentalizadas para atender interesses de uma classe é porque o sistema, uma produção humana, o permite. Marx diz ainda que é o homem, enquanto senhor de sua história, quem pode colocar a ciência e a tecnologia a serviço da emancipação, ou seja, o próprio homem possui a chave para inverter a conexão que coloca a produção a serviço da dominação e fazer prevalecer o valor de uso sobre o valor de troca. Ele ressalta, contudo, que isso só é possível se o homem se der conta da alienação a que é submetido pelo trabalho, das relações de antagonismo entre as classes sociais fundamentais, isto é, tomar consciência da contradição capital-trabalho e da ideologia que a sustenta.

O processo de desalienação pressupõe, portanto, a apropriação crítica do conhecimento e, nesse sentido, as mídias têm importante papel, enquanto instrumentos intermediários para o conhecimento da realidade. Contudo, não se pode perder a perspectiva de que a realidade transmitida por elas não é a realidade em si, mas uma representação (às vezes até mesmo um simulacro), determinada por interesses sociais, políticos e/ou econômicos do emissor. Vieira lembra que o conhecimento do fato é que o torna real e que a decisão de noticiá-lo já é, por si só, um ato de intervenção na realidade:

O processo comunicativo tem a capacidade de criar sua própria realidade, seja quando intervém relatando o fato que elege como noticiável, seja omitindo o fato-real (e o fato-real é a realidade toda considerando-se a insignificância estatística do que é noticiado em face do que não é noticiado), seja ainda transformando em fato sua simples transcrição (1983:60).

Essa análise não pode desprezar o fato de as mídias serem apenas uma das várias instituições mediadoras do social, ainda que ocupem um papel cada vez mais decisivo na sociedade contemporânea. Junto com a família, a igreja, a escola, os sindicatos, os partidos políticos etc, as mídias formam o conjunto das instâncias sociais responsáveis pela reprodução, difusão e assimilação da ideologia dominante, numa função nitidamente conservadora e adaptadora do indivíduo às exigências de uma sociedade cindida em classes diferentes.

Há que se recordar que um sistema assentado em dualidades - capital-trabalho, dominantes-dominados etc -, traz em gérmen, em todas as instâncias socializadoras, duas possibilidades de ação: para a emancipação ou para a conservação. O reconhecimento desse potencial transformador foi o que levou Marx, Engels, Lênin e Gramsci a lançarem mão do jornal como instrumento revolucionário na organização e despertar da consciência das massas. Como diz Enzensberger, não são os meios que obstaculizam a comunicação, mas a sua utilização. Segundo ele, a transformação de um mero meio de distribuição em um meio de comunicação não oferece nenhum problema de ordem técnica e sim de razão política (1977:12)

Já Marcondes F<sup>o</sup> acredita que libertar-se da forma capitalista de fazer jornal significa valorizar diferentemente o enfoque e os componentes da notícia, “na perspectiva de aproveitamento do fato, que conduz à identificação com o leitor e à quebra da relação coisificada entre produtor e receptor de notícias, em suma, à produção de laços solidários (1989:33). Para ele, um jornalismo que se pretenda transformador tem que romper o código convencional do leitor e introduzir a dúvida, a reflexão, a inovação. Algo muito distante, portanto, do tipo de jornalismo praticado pela imprensa tradicional.

## 6 Conclusão

O curso de Jornalismo possui a peculiar característica de representar, no âmbito do ensino formal, o momento de integração do domínio do saber sistematizado e do exercício de apropriação da realidade e sua construção através das mídias. Por ser esta a produção de um bem simbólico, estará eivada da ideologia do sistema. Contudo, como diz Vazquez (1977:7), “a essência não se manifesta de maneira direta e imediata através de sua aparência, e a prática cotidiana, longe de mostrá-la de modo transparente, o que faz é ocultá-la”. Por isso, acredito, o ensino do Jornalismo, - que, conforme vimos, trabalha com a formação dos produtores dos signos ideológicos - deve buscar o desvelamento da essência e das contradições do sistema, situando nesse contexto o papel da comunicação e do jornalista.

Esse desvelamento, contudo, não significa impor ao aluno uma visão de mundo, mas, antes, possibilitar-lhe o conhecimento crítico das

normas, valores, conceitos e contradições do sistema para que ele, conscientemente, conheça e assuma as implicações sociais de seu papel como jornalista. Nesta era consagrada à informação globalizada é ilusão acreditar-se que, por estar sendo produzida em escala nunca antes imaginada, ela esteja disponível a todo e qualquer indivíduo. Sua produção continua centrada numa mesma classe, pela óbvia razão de que uma produção em larga escala requer recursos materiais igualmente em larga escala. A decisão sobre o quê, quando, como e porque divulgar determinado fato, continua nas mãos de um pequeno grupo, de onde pode-se concluir que o *poder* conferido pela informação está mais com quem a produz do que com quem a recebe. Como diz Sichel (1986:37), sob o bombardeio da informação, o indivíduo vive a ilusão de conhecer, mas como as informações que recebe são, em sua maioria, banais, não possibilitam a criação de um novo sentido social e político.

Apesar de ser eficiente na internalização das normas sociais que definem o comportamento do indivíduo na sociedade e na administração dos conflitos, o capitalismo não conseguiu extinguí-los, visto ser a contradição o seu próprio fundamento. No âmbito da produção da informação nota-se que, por marginalizar pessoas e culturas, o processo de globalização acaba também por reforçar ou criar novas formas de resistência. Como diz Lage,

Da mesma maneira que o neoliberalismo não elimina a história, embora influa momentaneamente em seu curso, a comunicação global, apoiada na tecnologia mastodonte, não pode dar conta da diversidade das experiências concretas dos povos, não soluciona conflitos de classe e contradições de interesse, nem suprime as culturas nacionais e regionais. Pelo contrário: cria a demanda de informação de novo tipo e abre espaço para a fascinante experiência guerrilheira no jornalismo, na produção de som e vídeo (1991:17).

Já é significativo o número de TVs e rádios comunitárias existentes em todo o país, apesar do poderoso lobby dos proprietários das emissoras ditas legais, no sentido de prejudicar a sua regulamentação. No entanto, em sua organização e mobilização em torno da produção da informação, nem sempre os segmentos populares contam com o apoio ou o serviço profissional de jornalistas. Um dos principais motivos para o desinteresse e até preconceito dos profissionais egressos das escolas de comunicação para com as formas alternativas de produção

da informação está, em grande parte, na unilateralidade da formação acadêmica, excessivamente voltada para o atendimento das demandas técnicas da grande imprensa, e na perspectiva que o aluno traz em si de, através do jornalismo, emergir do anonimato avassalador da sociedade de massas, para o brilho fascinante da telinha. É preciso resgatar o sentimento de compromisso social da profissão, ressalvando-se que essa tarefa não significa a formação de *kamikazes* que arremessem seus aviõezinhos sobre a primeira empresa capitalista que virem pela frente. Acredito que, apesar de mercadoria, a informação é a base do conhecimento e cabe ao aluno responsabilizar-se socialmente pela matéria que produz.

### Abstract

Accustomed to a fragmented vision from reality, built by the many socializing instances - especially school and media - the student who gets to journalism, usually, has not clear in his mind the important role that information exerts on being in the world. What the author intends is to rescue the historical path of communication, its change into information and its industrialization as merchandise assumptively aseptic, free of the subjectivity of its author.

*Key words:* communication; information; subjectivity; journalism.

### Referências bibliográficas

- AGUIRRE, Jesus Maria. *Consciência e formação crítica da consciência de classe*. São Paulo: Cortez, 198. (Comunicação e Sociedade n. 6).
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 5.ed. São Paulo: Hucitec, 1990.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- ENGELS, Friedrich. *Dialética da natureza*. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma teoria dos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1977.
- GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- LAGE, Nilson. Tecnologia mastodonte. *Jornal do Jornalista*, n. 32, nov/dez. 90-jan. 91.
- MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Imprensa e capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. 2.ed., São Paulo: Atica, 1989.

- MARTINS, José de Souza. *Sobre o modo capitalista de pensar*. São Paulo: Hucitec, 1978.
- MARX, Karl. *Formações econômicas pré-capitalistas*. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- MARX, K., ENGELS, F. *A ideologia alemã*. 3.ed. Lisboa: Ed. Presença, s.d. v. 1.
- PACHECO, Elza Dias. Variáveis psicológicas no estudo da comunicação. *Rev. Intercom*, v. 10, n. 5, jan/jun 1987.
- PRADO JÚNIOR., Caio. *Dialética do conhecimento*. São Paulo: Urupês, 1955. Tomo I.
- SCHAFF, Adam. *História e verdade*. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- SICHEL, Berta. *As teclas da fantasia*. *Rev. Intercom*, n. 54, 1986.
- TAUFIC, Camilo. *Periodismo y lucha de classes*. Lima: Ed. Causachun, 1979.
- VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. *Filosofia da práxis*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- VIEIRA, R.A. Amaral. As contradições público versus privado e a construção da realidade pelos meios de comunicação de massa. *Comunicação & Política*, v. 2, n. 1-2, out. 83.
- VIEIRA, R.A. Amaral. Políticas nacionais de comunicação e capitalismo dependente ou não. *Comunicação & Política*, v. 2, n. 3-4, jul/dez 84.