

As Relações de Poder Exercidas através do Discurso

Rosselane Liz Giordani*

Índice

Apresentação	1
Introdução	2
1 Legitimação e dominação	4
2 Ideologia na prática cotidiana	7
3 O campo dos media	10
4 O poder dos media expresso na esfera pública	11
5 Discurso: estrutura ou acontecimento?	12
6 Problemática: jornalismo e a herança positivista	15
Considerações finais	17
Referências Bibliográficas	17

Resumo

Linguagem, ideologia, poder e dominação. Essas esferas delimitarão o recorte temático desse ensaio, que vai discutir o processo ideológico da constituição da linguagem e como se pode fazer uma transposição desse fenômeno para o entendimento das relações de poder que se estabelece entre a sociedade e o campo dos media, através do discurso. Desse campo o

*Rosselane Giordani, mestre pelo Programa de Mestrado em Letras, Área de Concentração Linguagem e Sociedade, Unioeste/Cascavel, e graduada em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

texto problematizará a ação do jornalismo como agente que constrói fatos e, portanto, pauta e orienta o modo como a sociedade se reflete e compreende os fenômenos dela depreendidos e constituídos.

Palavras-chave: linguagem, ideologia, poder, mídia

Apresentação

Ao lançar o olhar sob a linguagem nos deparamos com um universo de conhecimento que não se desprende de seu caráter eminentemente social. A linguagem é um fato social como bem salienta Mikail Bakhtin (1999), que coloca por sua vez que ela é um signo ideológico. Por esse viés nos deparamos com um universo onde se travam lutas, e deste modo disputas ideológicas e de poder entre os agentes sociais. Nessa perspectiva, linguagem, ideologia e poder são os eixos temáticos de discussão desse texto, que abordará a correlação entre esses temas com o campo dos mídia, ou seja, com o jornalismo, esse meio de conhecimento que a sociedade moderna utiliza para conhecer o mundo, como também para refletir sobre si própria.

Introdução

A linguagem pode ser entendida, por um lado, a partir de sua função na sociedade – como um meio de comunicação através do qual mensagens/informações são construídas e repassadas; mas também se pode compreender a linguagem como a própria comunicação, que é constituída na sociedade, ou seja, a linguagem reflete e refrata a própria sociedade. Pierre Bourdieu (1996) vai dizer que se pode conferir a linguagem uma eficácia propriamente simbólica de construção da realidade, isto porque estrutura a percepção que os agentes sociais têm do mundo, e como eles se relacionam nesse mundo. Nesse sentido, a língua pode então ser compreendida como um sistema simbólico que constitui dessa forma instrumentos de conhecimento e de comunicação, e, portanto, de visões de mundo, de percepção do mundo social. Bourdieu vai afirmar:

“A percepção do mundo social é produto de uma dupla estruturação social: do lado objetivo, ela está socialmente estruturada porque as autoridades ligadas aos agentes ou às instituições não oferecem à percepção de maneira independente, mas em combinações de probabilidade muito desigual (...); do lado subjetivo, ela está estruturada porque os esquemas de percepção e de apreciação susceptíveis de serem utilizados no momento considerado, e, sobretudo, os que estão sedimentados na linguagem, são produtos das lutas simbólicas anteriores e exprimem, de forma

mais ou menos transformada, o estado das relações de força simbólica” (BOURDIEU, 2004:139 – 140).

A percepção de mundo pode então ser compreendida através da linguagem, e o inverso também, visto que a linguagem transporta visões de mundo como também é a própria expressão da pluralidade de olhares lançada pelos agentes sociais. Desse modo, a noção de percepção de mundo pode ser relacionada ao conceito de *habitus*, que Bourdieu vai definir como um sistema de disposições, esquemas básicos de percepção, compreensão e ação. Nessa medida, os *habitus* são estruturados (pelas condições sociais e pela posição de classe) e estruturantes (geradores de práticas e esquemas de percepção e apreciação); e a união destas duas capacidades do *habitus* constitui o que Bourdieu denomina ‘estilo de vida’, de onde surgem as práticas sociais, e onde a linguagem se coloca como lugar das formas de se compreender e perceber o mundo.

Por isso a linguagem não tem apenas a função de informar - de transmitir de forma neutra mensagens de um emissor a um receptor, até porque o processo não pode ser compreendido somente por esse viés; ela comunica também a posição que o falante ocupa, e, portanto se constitui em uma arena de jogos onde se travam disputas ideológicas, onde se exercem formas de poder. Para discutir, então, a questão do poder das palavras não se pode restringir a lógica de Ferdinand Saussure (2000) que colocou a separação entre a lingüística interna e a externa, e desse modo instaurou a dicotomia entre língua e fala, desagregando a língua dos seus usos sociais. Bourdieu (1996) propõe que o poder

das palavras não está nas palavras, ele vai dizer que nessa perspectiva vai se buscar o poder onde ele não está. Ele vai dizer que o poder não está nas palavras em si, mas na legitimidade que lhes é conferida pelos que falam e pelos que escutam. Nessa perspectiva o teórico vai destacar então que o poder da palavra é o poder de mobilizar a autoridade acumulada pelo falante e concentrá-la num ato lingüístico, e salienta ainda que a linguagem pode ser entendida também como discurso e, portanto mecanismo de poder simbólico de construção da realidade, que tende a estabelecer uma ordem de conhecimento e apreensão, e nessa perspectiva uma visão de mundo. Pierre Bourdieu vai explicar o poder simbólico:

“O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que obtido pela força (física ou económica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário” (BOURDIEU, 1989:14).

As considerações de Bourdieu são pertinentes para essa discussão, pois através delas pode-se mensurar, em alguma medida, de que forma a linguagem exerce um poder e se constitui em um instrumento que age sobre o mundo, portanto transforma e modifica a sociedade. É através desse poder simbólico dado na linguagem que se pode fazer coisas,

é nesse ‘lugar’ que se travam lutas ideológicas e disputas que reafirmam o caráter social da linguagem. A força das palavras se exerce então na sua ação comunicativa, elas veiculam valores, significados, ideologias que se confrontam no cotidiano dos agentes sociais, e desse modo se configuram formas de dominação e exercício de poder.

A partir desse recorte sobre o poder das palavras e da linguagem vamos discutir nesse trabalho a interferência do campo dos media, em especial do jornalismo, na sociedade. É pertinente então, o estudo de Bourdieu que vai considerar que o jornalismo tem um poder de influência e que depende da ação das forças simbólicas presentes. É nesse sentido que se pode relacionar a ação do poder simbólico à ação da mídia. Isto porque o exercício do poder simbólico implica uma cumplicidade entre os que o exercem e os que a ele se submetem.

O poder simbólico é uma manifestação transformada de outros poderes atuais ou antigos encontrados em situações de dominação real. Os poderes se intercomunicam e fazem com que as relações sociais estejam frequentemente atingidas por eles. A partir do momento em que esses poderes são transmutados em simbólicos, estão sob a influência da crença e da ignorância não só de quem o exerce, mas de quem o sofre. Para que o poder simbólico seja exercido é preciso que seja reconhecido por parte dos que a ele estão submetidos; reconhecimento aqui não implica que seja consciente, e seu sentido é o de um poder detido legitimamente, creditado, e acreditado. Aqueles que estão sujeitos ao poder simbólico confiam, acreditam, dão um voto de credibilidade ao seu detentor. Trata-se então de uma questão de crença a respeito das forças exercidas.

Bourdieu considera que a atividade jornalística desempenha uma competência lingüística, que não se estabelece somente em função da capacidade de dominar a língua, mas principalmente pela capacidade performativa e pela autoridade do locutor dada também através de um poder simbólico. O discurso jornalístico se coloca então como autoridade e detentora de poder simbólico, pois detêm o poder de produzir pontos de vista sob o mundo. Essa influência é fundamental na construção do mundo social, seja pelas classificações, pelas designações que emite, seja pelo ordenamento a que obedece e faz obedecer. O poder simbólico não só reproduz as relações de poder, mas também possibilita maneiras de fazer e de mudar o mundo pela imposição de uma determinada visão, que permita que os fatos, os acontecimentos e a própria história sejam por ela construídos.

1 Legitimação e dominação

O poder simbólico da linguagem se exerce através da legitimação¹ que não pode apenas ser entendida como um processo que dá idoneidade e aceitabilidade a algo, e, portanto, torna natural o processo de dominação. Pois não é somente assim que a legitimação atua e que o poder funciona. Eagleton (1997) acrescenta à discussão argumentando

¹ O termo legitimação deriva de Weber, onde é desenvolvido particularmente no contexto da sociologia política. O termo também será usado por Habermas (1976) que vai conceituar como um processo de dar 'idoneidade' ou dignidade a uma ordem de natureza política, para que seja reconhecida e aceita.

que legitimação pode também ser entendida como:

“Legitimar o poder de alguém não significa necessariamente “naturalizá-lo”, no sentido de fazê-lo parecer espontâneo e inevitável a seus subordinados: um grupo ou classe pode muito bem perceber a existência de outros tipos de dominação além daquela de seus senhores e, mesmo assim, endossá-la. Um modo de dominação é geralmente legitimado quando os que estão submetidos a ele passam a julgar seu próprio comportamento pelos critérios de seus governantes” (EAGLETON, 1997:59).

Quando se examina o poder simbólico da linguagem dado através do processo de legitimação, ancorado na discussão de Eagleton, vislumbramos que o fenômeno da linguagem, dado no discurso, é, pois, a materialização da ideologia, pois o falante/agente social estará falando do lugar que ocupa na sociedade, portanto a partir da ideologia que constitui seu discurso. Nesse processo se estabelecem relações de dominação², entendida aqui segundo Max Weber (1999) e de poder³, de acordo com noção defendida por

² Dominação aqui entendida segundo Max Weber como: “uma situação de fato, em que uma vontade manifesta (mandado) do dominador ou dos dominadores quer influenciar as ações de outras pessoas (do dominado ou dos dominados) e de fato influencia de tal modo que estas ações, num grau socialmente relevante, se realizam como se os dominados tivessem feito do próprio conteúdo do mandado a máxima de suas ações (obediência). (WEBER, 1999: 191)

³ Para Foucault (1995) o poder funciona como uma rede de dispositivos ou mecanismos a que nada

Michel Foucault (1995), que tem como sustentação bases de legitimidade.

A legitimação que ocorre na linguagem é um ato ideológico, pois é através dela que a dominação pode se estabelecer, que um falante (ou grupo) torna aceitável estar falando de um determinado lugar a outro, que hierarquiza e posiciona, que ganha autoridade através do processo dado na linguagem e estabelecido pelo processo da legitimação. A legitimidade incide dessa forma sob todo o processo de institucionalização de valores, desde a sua criação e gestão até a sua inculcação e sanção. A idéia de legitimidade está, assim, muito próxima do conceito de *habitus* de Bourdieu. Partindo desse ponto de vista é notável que esse teórico olha para a sociedade e procura respostas através dos mecanismos pelos quais a ideologia toma conta da vida cotidiana. Eagleton vai comentar esse percurso teórico que Bourdieu fez, ao destacar que o sociólogo francês demonstra que os indivíduos na sociedade agem de acordo com sistemas internalizados, o que ele chama de “inconsciente cultural”. Para explicar esse conceito Eagleton vai afirmar que: “Na própria “espontaneidade” de nosso comportamento habitual, então, reproduzimos certas normas e valores profundamente tácitos, e o *habitus*, assim, é o relé ou mecanismo de transmissão pelo qual as estruturas morais e sociais encarnam-se na atividade social diária” (EAGLETON, 1997:141). O conceito de *habitus* de Bourdieu é pertinente para a discussão porque ele permite vislumbrar, em certa medida, de que forma os agentes sociais internalizam aspirações e

ou ninguém escapa e que o poder não se detém, mas se exerce. Ele vai dizer que existem práticas ou relações de poder e, portanto ele se exerce em toda rede social.

ações compatíveis com as exigências sociais. A dominação e a luta pelas relações de força se fazem então pelo exercício do *habitus*. É por meio dele que as respostas dos agentes sociais a determinadas situações se efetuam. Desse modo, o reconhecimento da legitimidade de práticas sociais “é o reconhecimento errôneo da arbitrariedade”, como diz Bourdieu (1977). Ele vai ressaltar que uma ordem social procura naturalizar sua arbitrariedade por meio dessa dialética de aspirações subjetivas e estruturas objetivas; entretanto, nesse campo de negociação prevalece o inquestionável dado na ordem social.

Berger e Luckmann (1985) vão afirmar que a legitimação explica e justifica a ordem dada, portanto sustenta o exercício do poder através da dominação. Para funcionar como tal, a legitimação tem elementos “cognoscitivos e normativos”, ou seja, a legitimação não é apenas uma questão de valores, sempre implica também conhecimento, dos papéis que definem tanto as ações certas quanto as erradas, no interior da estrutura. “A legitimação não apenas diz ao indivíduo porque deve realizar uma ação e não outra; diz também porque as coisas são o que são. Em outras palavras, o conhecimento precede os valores na legitimação das instituições (BERGER & LUCKMANN, 1985:129)”.

A legitimidade é então um dispositivo da dominação, que se apóia no princípio da validade. Weber (1999) vai afirmar que a subsistência da dominação vai depender da autojustificação mediante ao apelo aos princípios de sua legitimação. Weber vai dizer que existem três formas: 1) a validade de um poder de mando pode expressar-se num sistema de regras racionais estatuídas (pactuadas ou impostas), que encontram obediência quando a pessoa por elas autorizada

a exige. Nesse caso, o poder de mando está legitimado por um sistema de regras racionais, é a dominação burocrática; 2) dominação via autoridade pessoal – esta encontra legitimidade na tradição, no habitual, a tradição prescreve obediência diante de determinadas pessoas; 3) dominação carismática que tem um tipo de ação afetiva, na crença, no carisma – legitimidade conferida a determinadas pessoas. Weber vai explicar que estas situações são “tipos fundamentais puros” da estrutura da dominação, e da sua combinação, adaptação e mistura resultam as formas que encontramos na realidade histórica. Os tipos de dominação, relatadas por Weber, são formas pelas quais também podemos entender os processos que acontecem na linguagem, pois são processos históricos e sociais. A partir das discussões de Weber podemos, em alguma medida, detectar pistas para poder entender como se dá o papel de dominação e exercício de poder da mídia na sociedade moderna. A partir das discussões de Weber podemos, até certo ponto, vislumbrar pistas para poder entender como se dá o papel de dominação da mídia na sociedade. As estratégias para exercício e manutenção da dominação da mídia podem ser compreendidas, desse modo, pelas nuances apreendidas dos “tipos fundamentais puros” da estrutura da dominação. A combinação, adaptação e mistura podem refletir as estratégias que são adotadas na realidade contemporânea para legitimar seu poder de dominação materializado no discurso. A posição que a mídia ocupa como uma instituição⁴ moderna, dotada também

⁴ O conceito sociológico de instituição segundo Berger (2001): geralmente se define instituição como um complexo específico de ações sociais. Berger vai dizer que Arnol Gehlen ofereceu uma resposta mais

de regras racionais internas, confere a ela o poder de falar de um determinado lugar. Outro mecanismo que atua no exercício da dominação via mídia é o elemento carismático, que mantém relação afetiva e por sua vez de cumplicidade entre mídia e público. A mídia se coloca como instância representativa dos valores da sociedade, e, portanto, se legitima pela crença nesse papel⁵ que desempenha. O papel acarreta uma certa identidade que é atribuída, sustentada e transformada socialmente, como vai definir Berger (2001).

O âmbito do poder e da dominação, via linguagem, e por sua vez realidade social, vai desde a atuação do Estado até as relações sociais, manifestando-se por meio de estratégias, atores e dispositivos. O estudo pode passar então por dois eixos: a dominação, e a função vital que ele comporta. Retomando então a discussão sobre as noções de poder de Michel Foucault é preciso salientar que ele vai entender que o poder é exercido sem uma orientação de verticalidade, e sim sob a forma de uma rede, através do uso de estratégias. Seus estudos objetivaram compreender as articulações do poder com as questões relacionadas ao saber. Roberto Machado explica na introdução do livro *Microfísica do Poder* que Foucault vai defender que o poder é algo que se exerce, que se efetua, que fun-

sugestiva a essa questão explicando que instituição é um órgão regulador, que canaliza as ações humanas quase da mesma forma como os instintos canalizavam o comportamento animal, ou seja, as instituições proporcionam métodos pelos quais a conduta humana é padronizada, obrigada a seguir por caminhos considerados desejáveis pela sociedade.

⁵ Papel segundo Berger (2001) pode se definido como uma resposta tipificada a uma expectativa tipificada. O papel oferece o padrão segundo o qual o indivíduo deve agir.

ciona, que não está situado em um lugar privilegiado ou exclusivo, mas que se dissemina por toda a estrutura social.

Partindo da discussão de Foucault sobre a constituição do poder a partir de saberes, que perpassam o processo discursivo, é possível lembrar dos saberes que são veiculados pela mídia sobre a realidade cotidiana. É na relação de construção de realidade a partir do discurso que se estabelecem relações de poder entre mídia e sociedade. A teoria de Foucault sobre o poder nos instiga a estender suas análises também ao que se observa em relação à mídia, isto porque os dispositivos de poder, de saber e verdade atuam, seja nos discursos, seja nos mecanismos de controle exigidos para a manutenção de situações de dominação. Os discursos veiculados pela mídia influenciam o modo como a sociedade vê e percebe a realidade, isto também porque ela se coloca como um ‘espelho’ diante da sociedade. Entretanto, a realidade cotidiana é multifacetada. Portanto, a face mostrada pela mídia salienta uma forma de dominação. A autoridade que lhe é conferida por representar tradicionalmente a opinião pública na sociedade permite-lhe emitir certos discursos que são autorizados pelo próprio papel que desempenha na sociedade. E o poder midiático é desse modo uma forma de poder que joga com a possibilidade de influenciar e de seduzir um público, modificar e transformar comportamentos e promover decisões.

No entanto, o poder de influenciar não é exclusivo da mídia, pois os mesmos efeitos podem ser obtidos, por exemplo, via religião. É pertinente notar, entretanto, que o poder da mídia faz funcionar mecanismos de projeção e identificação, agindo sobre o imaginário coletivo, nesse sentido as estratégias são u-

sadas para a criação de um real no qual alguns fatos são excluídos enquanto outros vieram acontecimento e ganham status de notícia. Esse poder de publicizar fatos cotidianos é um dos mecanismos pelo qual a mídia se coloca como legítima ‘porta-voz’ da sociedade.

2 Ideologia na prática cotidiana

As formas de dominação, que constituem por sua vez um exercício de poder, sustentam-se mediante mecanismos de legitimação. Entretanto, pode-se discutir esse processo de ‘aceitação’ da dominação, também a partir da noção de hegemonia de Antonio Gramsci (1987). O sociólogo marxista vai dizer que hegemonia é maneira ou mecanismo pelo qual um poder governante conquista o consentimento dos subjugados a seu domínio. A aproximação entre legitimação e hegemonia permite estabelecer a dimensão ideológica da dominação. Eagleton considera que hegemonia não é apenas um tipo bem sucedido de ideologia, mas pode ser decomposta em seus vários aspectos ideológicos, culturais, políticos e econômicos, ou seja, ela pode estender seu poder de ação sob várias dimensões da vida cotidiana, ora atuando como mecanismo ideológico de dominação, ora como instância de negociação e de resistência. Ele vai destacar ainda a importância do conceito de Gramsci, afirmando que foi através dele que se estabeleceu a “transição crucial de ideologia como sistema de idéias para ideologia como prática social vivida, habitual”, que abrange dimensões inconscientes, inarticuladas da experiência social, além do funcionamento das instituições formais.

A noção de hegemonia dá um caráter relacional à ideologia, ela passa a ser prática, dinâmica, rompe com as amarras cristalizadas das primeiras concepções de ideologia, que restringiam a ação da ideologia apenas a relação de classes dominadas e dominantes e à noção de falsa consciência. É a partir de Gramsci que as categorias marxistas da superestrutura e infraestrutura se ‘encontram’, a ideologia passa a ser entendida em uma relação dialógica, lugar onde se estabelece um pacto, um acordo para a dominação.

Marilena Chauí (2004) comentando as idéias de Marx e Engels em *A ideologia Alemã* destaca que nessa obra a concepção de ideologia era de que as idéias da classe dominante são, em cada época, as idéias dominantes, ou seja, a classe que é a força material dominante da sociedade é ao mesmo tempo sua “força espiritual”. Chauí avalia então que a ideologia consiste na transformação das idéias da classe dominante em idéias dominantes para a sociedade como um todo, de modo que a classe que domina no plano material (econômico, social e político) também domina no plano espiritual (das idéias). É por isso que esse fenômeno de manutenção de idéias de uma classe dominante se encontra com o conceito de hegemonia de Gramsci e também com a idéia de legitimidade. Isto porque a hegemonia também se estabelece a partir de uma condição de letimimidade.

Ainda sobre a concepção de ideologia, segundo Marx e Engels, se faz necessária a ressalva de Eagleton. Ele explica que nessa obra a consciência ideológica parecia envolver um duplo movimento de inversão e deslocação. Ele pondera:

“As idéias ganham prioridade na vida social, ao mesmo tempo, que são desligadas dela. Pode-se perceber facilmente a lógica dessa operação dual: fazer das idéias a fonte da história é negar seus determinantes sociais e, assim, dissociá-la da história. Mas não é claro que tal inversão sempre envolva, necessariamente, uma tal deslocação. Pode-se imaginar alguém que sustente ser a consciência autônoma da vida material, sem necessariamente acreditar que ela seja a base desta; e pode-se igualmente imaginar alguém que declare ser a mente a essência de toda a realidade, sem afirmar que seja isolada dela” (EAGLETON, 1997, p. 77).

Será então que a ideologia consiste em ver as idéias como socialmente determinantes, ou em considerá-las autônomas dessa realidade e expressão desta? As idéias como determinação do social é a perspectiva dos filósofos idealistas inspirados em Hegel; já Marx defende, através do materialismo histórico, que o social determina as idéias e a consciência. Essa categoria marxista estabelece que a consciência social - que são as idéias políticas, jurídicas, filosóficas, estéticas, religiosas, se constitui através da história; portanto, não é autônoma, é constituída a partir do social, portanto, esse elemento é fundador do processo.

O elo entre linguagem e ideologia se dá através da expressão da realidade, na sua concretização na sociedade. As visões de mundo não se desvinculam da linguagem, e a ideologia é vista como algo “imane

à realidade, é indissociável da linguagem”, como argumenta Fiorin (2003). As idéias e os discursos são, então, a expressão da vida real. Problematizando essa relação, Bakhtin afirma que a consciência constitui um fato socioideológico, pois a realidade da consciência é a linguagem. O autor, que faz uma leitura marxista da linguagem, defende que o que define o conteúdo da consciência são fatores sociais, que determinam a vida concreta dos indivíduos nas condições do meio social. Seguindo essa orientação pode-se dizer que o homem vê e reflete o mundo a partir de discursos interiorizados, que são determinados historicamente e socialmente.

Pode-se então partir da tese de que a linguagem cria a imagem do mundo, mas também que ela é produto social e histórico. Marx diz em *A Ideologia Alemã que*: “A produção de idéias, de representações e da consciência está no princípio, diretamente, vinculada à atividade material e o intercâmbio material dos homens, como a linguagem da vida real” (MARX, 2004, p.51). E afirma categoricamente que a consciência é um produto social. A partir disso, pode-se considerar que para os filósofos materialistas a linguagem é reflexo da realidade, logo ela cristaliza e reflete as práticas sociais, ou seja, é governada por formações ideológicas. O que isso significa? Fiorin ressalta que o discurso não reflete uma representação sensível do mundo, mas uma categorização, uma abstração efetuada pela prática social. A linguagem dada a partir do discurso modela então visões de mundo através das ideologias constitutivas.

Observando as nuances da linguagem a partir da sociedade é possível dizer que ela é desse modo o veículo das representações ideológicas, e, portanto da sociedade. É pertinente, desse modo, salientar a ressalva de

Fiorin (2003) que alerta que a função da linguagem não é apenas ser “representação do pensamento ou instrumento de comunicação, mas ela é a expressão da vida real”. Por isso é necessário estender a compreensão sob a linguagem além das fronteiras do seu caráter funcional e estritamente lingüístico nos termos que Saussure compreendia a língua, é preciso buscar entendimento de que ela é forma viva e mutante, ou seja, ela é a sociedade, portanto “expressão da vida real” como define Fiorin. A linguagem transporta desse modo visões de mundo, e desse modo compreensões sob ela passam pelo território da sociologia.

Compreendida como elemento de mediação necessária entre o homem e as coisas, como forma de situar o indivíduo no mundo, a linguagem é o lugar de conflito, por excelência, de confronto ideológico. Uma vez que os processos que a constituem são históricos-sociais, a compreensão dos mesmos pode ser mais facilmente vislumbrada à luz dos mecanismos que envolvem sua estrutura e construção. Como discurso - e nessa mesma perspectiva Bakhtin (1999) trabalha - a linguagem é interação, um mecanismo de produção das relações do mundo. A partir dessa tese, Eni Orlandi (1993) avalia que os sujeitos diferenciam-se e criam uma identidade no momento em que se inscrevem em uma (e não outra) formação discursiva para que suas palavras tenham sentido. Ao mudar de formação discursiva, as palavras mudam de sentido.

3 O campo dos media

Para compreendermos a ação media na sociedade é preciso problematizar também como o seu campo se inscreveu na sociedade. Bourdieu vai explicar a constituição dos campos sociais, do qual depreende-se também o campo dos media. Ele vai dizer:

“Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, *tornar necessário*, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e das obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir”. (BOURDIEU, 2004:69)

Os campos sociais vão estabelecer-se como esferas de legitimidade e autonomia a partir da modernidade. O processo de autonomização tem a ver, por um lado, com a fragmentação da experiência em diferentes esferas, e, por outro lado, com a luta bem sucedida de movimentos sociais que pretendem eximir a coação que os corpos constituídos exercem numa determinada esfera de competência. A corrente Iluminista coloca, através da modernidade, um pensamento racionalista, pragmático, determinista e cientificista guiados pelo intuito de progresso e da emancipação, o que acaba por diluir e reduzir pontos existenciais a partir de um entendimento mecanicista. Herbert Marcuse vai pontuar os principais idealizadores da

concepção de mundo empregada pelo Iluminismo:

“A razão submetia-se à influência do progresso técnico, e o método experimental foi considerado o modelo da atividade racional, isto é, do procedimento que altera o mundo, tornando atuais e livres as suas possibilidades. O racionalismo moderno, em resultado, tendia a construir a vida individual e a vida social segundo o modelo da natureza. Estamos nos referindo, por exemplo, à filosofia mecanicista de Descartes, ao pensamento político materialista de Hobbes, à ética matemática de Spinoza, à monadologia de Leibniz” (MARCUSE, Herbert, 1978: 235).

O desencadeamento deste processo, apesar de situado historicamente na viragem da modernidade, com a emergência do Iluminismo, não deve, no entanto, ser encarado exclusivamente como um processo apenas situado historicamente. A modernidade é uma visão do mundo que atravessa, em graus diferentes toda a história de qualquer cultura. É, porém, a partir do século XIV que nas sociedades ocidentais assistimos à aceleração e à intensificação do processo de fragmentação do tecido social numa multiplicidade de esferas de legitimidade, que enfraqueceram o domínio hegemônico do campo religioso sobre as esferas científicas, médicas, políticas, jurídicas.

Nessa perspectiva se estabelece o campo dos media. Rodrigues (1997) explica que o campo dos media é a designação que dá

conta da instituição de mediação que se instaura na modernidade, abarcando, portanto, todos os dispositivos, formal ou informalmente organizados, que têm como função compor valores legítimos divergentes das instituições. O termo *media* tem, desse modo, um sentido que difere da expressão anglo-saxônica de *mass-media* que corresponde à idéia de um conjunto dos meios de comunicação social (imprensa escrita, radiodifusão sonora e televisiva, publicidade, cinema). Portanto, pode-se dizer que a *mídia* tomou o lugar das instituições tradicionais na formação da opinião pública, mediando e interferindo nos acontecimentos. O campo dos *media* se trata, então, de um campo constituído pelo conjunto das funções expressivas, destinadas a impor ao conjunto do tecido social moderno a pluralidade dos valores expressivos e pragmáticos dos diferentes campos autônomos. O campo dos *media* seria, então, o fortalecimento de uma esfera emergente na modernidade que se fortalece acentuadamente com o desenvolvimento técnico de novos suportes discursivos na contemporaneidade, evidentes no olhar jornalístico que compreende e apreende o universo comunicacional ou cultural de forma plural, universal e particular.

É como instância de mediação e construção de realidade que o campo dos *media* que se posiciona e age como poder hegemônico, que vai atuar a partir da modernidade como veículo de manutenção e transformação de valores e ideologias da sociedade. O campo dos *media* será responsável pela produção, armazenamento e circulação de materiais de caráter simbólico da vida social. Thompson (1998) vai dizer que a *mídia* se tornou responsável a partir da modernidade pela reorganização dos meios

pelos quais a informação e conteúdos simbólicos são produzidos e intercambiados no mundo social, além de uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. O poder dos *media* é então um poder cultural ou simbólico, como defende Thompson, que nasce na atividade de produção, transmissão e recepção de significados das formas simbólicas. O poder simbólico exercido pelos *media* na sociedade é, sobretudo, expresso através da capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos agentes sociais, bem como produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas.

4 O poder dos *media* expresso na esfera pública

A ação do campo dos *media* está também intimamente relacionada com a constituição de uma esfera pública, esfera responsável pela criação e pela manutenção de regularidades que ditam as normas da conformidade e da conveniência da linguagem e das ações, assim como definem o estatuto e os papéis dos agentes e dos atores sociais. Por isso, a comunicação não é apenas um instrumento à disposição dos indivíduos, dos grupos informais ou dos grupos organizadores, para darem a conhecer fatos, acontecimentos, pensamentos. É, sobretudo, o processo instituinte do espaço público em que se desenrolam as suas ações e os seus discursos e coincide com o próprio jogo dos papéis que as instituições lhes destinam.

No campo dos *media*, o jornalista posiciona-se como observador de seu tempo,

onde os acontecimentos são pautados dentro de uma perspectiva histórica, e, sobretudo, culturalmente dirigida e orientada pelo modo de ver e olhar de uma determinada época. Nesse processo são negociados, instituídos e sobrepostos os sentidos e valores. A mídia constitui-se, então, instância de representação pública e, portanto, exerce papel fundamental na mediação das decisões e na formação de consensos na sociedade. Pode-se dizer que a mídia tomou o lugar das instituições tradicionais na formação da opinião pública, mediando e interferindo nos acontecimentos.

Com a re-configuração dos espaços sociais, emerge a chamada transformação da esfera pública contemporânea. De acordo com o conceito de Jürgen Habermas (1987) esfera pública constitui a zona de maior liberdade de expressão e crítica a um governo, e sua origem se localiza historicamente no século XVIII, especialmente entre a elite intelectual que freqüentava as casas de chá e os cafés londrinos. Se naquele período a esfera pública foi responsável pela gradativa perda do poder absoluto pelas monarquias européias, na era contemporânea a hegemonia corporativa e governamental parece ter suprimido esta mesma esfera. Assim, restringem-se os espaços de expressão crítica, na mesma medida em que se desloca para a mídia a capacidade de dar relevância social às coisas, eleger e destruir personalidades, indicar os rumos das decisões e, enfim, instituir um campo simbólico, onde se confrontam ideologias.

A compreensão de esfera pública, por sua vez, remete ao conceito de opinião pública, que segundo Habermas (1987) essa noção

diferencia público de massa⁶. O teórico coloca que opinião pública é tomada como produto de um processo de comunicação no interior das massas, que constroem simbolicamente referenciais de identificação, devendo manifestar repercussões na esfera exterior a elas. O campo dos media chama para si então a responsabilidade sob a formação da opinião pública; é através do seu discurso que se constrói e avaliam-se realidades. O discurso jornalístico configura-se desse modo em uma estrutura de informações que acontece no momento em que transporta visões de mundo. Nesse processo se exercem e se estabelecem relações de poder, dados na sociedade.

5 Discurso: estrutura ou acontecimento?

Constituída pelo simultâneo embricamento de esferas singulares, universais e particulares presentes em toda e qualquer situação fenomênica, o jornalismo implica sempre num recorte temático que redesenha o mundo social, a partir de um determinado enfoque e abordagem desses eventos. Oscilando na tensão estrutura-acontecimento, o jornalismo transporta uma concepção do mundo, uma compreensão dos fenômenos e relações pautados pelos media. A partir dessa consideração do professor Sérgio Luiz Gadini (1994) que podemos afirmar que é nessa tensão que são negociados, instituídos

⁶ Thompson explica que o termo massa designa que os destinatários dos produtos da mídia se compõem de um vasto mar passivo e indiferenciados indivíduos.

e sobrepostos os sentidos, valores, intenções e interesses que perpassam as dimensões do universo imaginário que marca uma época social. Genro Filho (1987) observa que a ligação entre essas três esferas de um fenômeno abordado é sempre relacional, correlativo às demais. Ele afirmará categoricamente que o jornalismo "constrói fatos", pontua relações entre os aspectos de ordem particular que envolve os fenômenos abordados, pautando e apresentando formas de se compreender as situações da realidade noticiada. Ao pautar aspectos que fazem parte da vida cultural de um povo, o jornalismo constrói ou ao menos participa dos processos de instituição não apenas pela legitimidade e publicação dos produtos apresentados, como também possibilita o fortalecimento, e de algum modo, a construção do campo cultural através do discurso da informação.

O discurso da informação constitui-se, assim, numa colagem de vozes e sentidos que contornam os fenômenos e relações do cotidiano, e configuram uma compreensão das situações tematizadas. Não é uma compreensão qualquer, mas uma forma singular de produção do conhecimento humano e, portanto, enquanto inscrição que acontece no imaginário social, constitui-se num espaço com dimensões de poder. O discurso opera, nesse aspecto, como criação histórica das sociedades humanas, e o acontecimento da informação operando como dispositivo de poder simbólico e relacional.

A construção das dimensões simbólicas culturais de uma época resulta mesmo das conexões e situações já experienciadas ou reconhecidas pelos respectivos atores sociais, através das práticas sociais. É o pressuposto da convivência com um conjunto de enunciados que obtiveram reconhecimento,

aceitação e legitimação. Essa mesma possibilidade de se estabelecer ou não conexões, mais ou menos aceitas e explícitas ou subentendidas, entre os eventos e os sentidos que se conectam nos discursos, instituições e os indivíduos, propicia ainda compreender as criações sociais como um processo em aberto, onde ocorrem disputas, numa relação de sistematização constitutiva. Dessa idéia de sistema depreende-se que o universo contemporâneo é constituído por uma grande quantidade de formações discursivas, modos de abordagem, compreensão do mundo real e do homem, que podem interferir e definir as formas de compreensão e apreensão do mundo. Deste modo, é visível o fato de que as formações mediático-discursivas têm a possibilidade de reinventar, questionar, construir ou, mesmo, desestruturar a lógica social da organização do mundo, partindo da idéia de Gadini.

O espaço/limite, de interferência discursiva e também de mediação, que o exercício do jornalismo desempenha na vida social estabelece um vínculo com o mundo. O discurso jornalístico, então, presentifica e publiciza aspectos e realidades do cotidiano. Na função de mediador, o jornalismo apropria-se de uma realidade, devolvendo-a ao consumo social, delimitando fronteiras e colocando-se como instância suprema no sentido de definir para as sociedades o que é realidade relevante, o que é um saber conhecido como atualidade, como define Alsina⁷ (1989). Nesse processo de construção da realidade entra em jogo um conhecimento de mundo legitimado que visa, em cer-

⁷ Alsina sustenta que a efetividade do discurso jornalístico não está na persuasão ou na manipulação, mas especialmente no seu "saber fazer", na maneira como constrói o cotidiano.

tas circunstâncias e grau de interferência, criar efeitos de sentido no imaginário social. Compreender o que é efeito de sentidos, em suma, é compreender a necessidade da ideologia na constituição dos sentidos e dos sujeitos. Orlandi (1993) argumenta que é da relação regulada historicamente entre as muitas formações discursivas (com seus muitos sentidos possíveis que se limitam reciprocamente) que se constituem os diferentes efeitos de sentido entre locutores. Além do efeito de sentido, visa também despertar interesses e reações, agir tendo em vista a criação de relações que se traduzem em situações e efeitos de realidade e, de certo modo, agendar o cotidiano, seguindo a idéia da hipótese do Agenda Setting. Nesse sentido Clóvis Barros Filho coloca:

“As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese do Agenda Setting. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência da mídia sobre o público. É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá. A mídia impõe os temas mais discutidos, embora na trajetória de comunicações interpessoais de cada receptor, esse fato nem de longe se verifique.(...) agendar é fixar o calendário dos acontecimentos, é dizer o que é importante e o que não é, é chamar a atenção sobre um certo problema, é destacar um as-

sunto. (BARROS FILHO e BAR-
TOLOZZI, 1995:175)

A hipótese do Agenda Setting é pertinente então para a perspectiva de construção da realidade. Essa teoria defende que o poder dos media está no fato de que as pessoas pautam seus conhecimentos sobre o mundo a partir daquilo que os media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Nesta proposta, os media não só influenciam a forma como elas devem pensar, mas sobre o quê pensar. A mídia apresenta ao público então uma lista de fatos/acontecimentos sobre o que é necessário se ter uma opinião e discutir, nessa medida também sugere como pensar, tendo em vista que é um referencial para se formar opinião.

Partindo da hipótese de que o campo dos media tem o poder de agendar o cotidiano é notável que esferas como linguagem, ideologia e poder se interconectam. Para sustentar essa ‘leitura’, do poder que os media exercem, a tese de que o jornalismo constrói fatos, portanto realidade, pode ser vislumbrada à luz do seu discurso. É através dele que o jornalismo diz e define o que é importante ou não para ganhar espaço midiático. O discurso jornalístico veicula desse modo ideologias, pois elege visões de mundo e, portanto trava disputas de poder. Essas lutas se manifestam no próprio campo dos media, como também no espaço público onde se encontram as lutas de classes, o confronto de culturas, de interesse econômicos e políticos, bem como de aspectos mais diminutos da realidade cotidiana. A manifestação da ideologia a partir dos media, pode evidenciar nuances das relações de poder que são exercidas na sociedade.

Os media desempenham papel central na

formação da opinião pública, pois interferem na realidade social, criam e provocam mudanças e transformações no comportamento e visão de mundo de grupos sociais. É deste modo que o jornalismo se institui como espaço de expressão e construção da identidade e, de algum modo, do próprio exercício de cidadania do homem contemporâneo.

6 Problemática: jornalismo e a herança positivista

A partir da idéia de intervenção no cotidiano, de construção de fatos emerge a problemática de como o jornalismo, o campo dos media, faz isso. Ancorado em que visão ele vai estruturar sua prática e ação, ou seja, quais são as concepções de mundo que vão nortear o discurso dos media.

Partimos da perspectiva de que o jornalismo é umas das formas que a civilização moderna utiliza para conhecer-se e conhecer o mundo. Como tal herda o aparato de percepção vigente nessa civilização. No caso dos países ocidentais, o aparato que ainda ocupa posição central, conformando as lentes de enfoque, tem como base princípios reducionistas e positivistas. Marcuse (1978) vai explicar que a ciência positivista celebra os ‘fatos’, e que a verdade devia ser derivada dos fatos, e só deles, relegava-se o caráter subjetivo. Ele vai dizer que no positivismo: “Toda a oposição às realidades sociais é subtraída à discussão filosófica”.

É nesse paradigma que o jornalismo, pelo menos no caso brasileiro, seguia, e segue, calcado; na visão clássica, que abriga um rigoroso determinismo e a linearidade de

causa e efeito para explicar os acontecimentos. O discurso jornalístico, nessa lógica, utiliza a informação dentro de uma factualidade que permite identificar a tendência mercadológica, a qual não traz à tona o contexto do acontecimento social, que significa e ao mesmo tempo é também significante.

O jornalista armado de uma teoria técnica positivista, elaborada no final do século XIX e gramaticalizada em manuais de redação, prossegue operando com a crença nesse paradigma. O jornalista como produtor de sentidos, guiado por esta mentalidade, tende a configurar uma visão reducionista, que se restringe a uma visão unilateral do fato. Isso permite o estancamento das versões que possibilitam a dimensão de interpretação e compreensão de um acontecimento. As técnicas de padronização do jornalismo moderno, a propensão ao imediato e ao efeito de impacto, têm uma explicação: a notícia, como qualquer outro produto, sofreu no capitalismo um processo de mercantilização, como avalia a professora Cremilda Medina (1978). A racionalização de critérios seletivos para determinar os assuntos de interesse social, a exposição fragmentada dos fatos e a narrativa dos acontecimentos fora da ordem cronológica, dão aos meios de comunicação o poder de excluir, montar e transformar aspectos da realidade.

A visão determinista ao dado empiricamente observado, cientificamente coletado, como expressão objetiva da realidade acaba então celebrando o ‘mundo dos fatos’. A positivização dos fatos em notícia e sua prática unidimensional de representar a realidade contribuem para legitimar uma visão ahistórica, sem contradições, do mundo, dos movimentos sociais e das práticas. Essas limitações e inadequações do jornalismo co-

tidiano, manifestadas na pauta, prosseguem na etapa de captação e produção. Quando a meta final é a busca de conhecimento aprofundado da contemporaneidade, a questão da pauta ganha especial relevância porque é de um planejamento de abordagem bem realizado que nascem as diretrizes para a coleta, por via de pesquisa de material, matérias de imprensa, gravações em fita cassete, sonoros ou audiovisuais, documentos etc. Entretanto, a visão com que se opera ao pautar e desenvolver um pauta, na linha mercadológica, tende quase sempre para o enquadramento esquemático do real, encarando um fato específico como momento visível da história e passível de ser representado numa pirâmide invertida, em um lead sumário, em um título padrão.

Produzindo e limitando significados, a notícia limita uma compreensão analítica da vida contemporânea. As tipificações, a rotina industrial, o profissionalismo exigido aos produtores de material jornalístico, a constituição recíproca de fato e fonte, as formas características das narrativas noticiosas redundam em legitimação e reforço do já estabelecido. E os leitores, os ouvintes e espectadores chegam a confundir o 'conhecer' os problemas com o 'fazer' algo a respeito deles. Desse modo, quanto mais o jornalista se prende, em sua matéria, ao círculo central da dimensão espacial do acontecimento que aborda, quanto mais se limita ao círculo temporal do presente, tanto menos terá chance de encontrar o sentido do fato. Justamente porque o sentido, ou seja, o rumo, a direção de um acontecimento manifesta-se no tempo presente como efeito ao passado, como evolução para o futuro e seu significado - o que representa e para quem só pode ser obtido quando identificadas as re-

lações que estabelece com os demais níveis hierárquicos. No momento em que o jornalismo se limita a factualidade restrita está apreendendo um aspecto muito diminuto da realidade. Em decorrência, torna-se difícil apontar ao leitor um sentido ou um significado mais amplo do acontecimento que aborda.

Uma vez que o jornalista está exposto à complexidade de informações e a uma pesquisa de campo que traga aspectos consistentes do fato pautado, parece que não se torna tão fácil escrever matérias que sejam unidimensionais e convencionais como muitas são. Dessa forma é possível romper com os paradigmas positivistas, onde o mundo dos fatos é celebrado através da notícia jornalística.

O poder de ação pode também ser de transformação da vida cotidiana. O dado pode ser questionado. A realidade e a ideologia dominante podem se reflexionadas através desse instrumento mediação, que é o campo dos media. O poder é também de se tornar instância de debate e não somente de reflexo da realidade. Desse modo, os agentes sociais podem se colocar na sociedade não somente como sujeitos à história, mas também como sujeitos agentes dessa história, e portanto, em constante transformação.

É então na vida cotidiana que os significados sociais são, como diz José Machado Pais (2003), reinventados continuamente. É nesse espaço que o homem contemporâneo vai se construir enquanto sujeito da história e não mais somente como sujeito à história. A relação entre os media e o público vai evidenciar justamente esse espaço de construção da identidade do homem moderno, esfera essa que ele vai se inscrever como um sujeito que também age sob a sociedade.

O papel dos media se caracteriza por um tipo de mediação no qual o cotidiano, os acontecimentos sociais vão se converter, no caso da lingüística, dos acontecimentos em palavras sob a forma de textos jornalísticos. Os media vão se colocar como espaço onde a cultura⁸ contemporânea é produzida, onde ela circula, e ao mesmo tempo onde ela é transformada. No espaço de atuação dos media a realidade cotidiana é então reinventada, questionada, e até mesmo construída. Nessa lógica se exercem relações de dominação, mas também de resistência, portanto se configuram jogos de poder discursivos.

Considerações finais

Uma das formas que podemos entender como as relações de poder se dão na sociedade também se configura no discurso impetrado pelos media. O poder se exerce através do discurso, que pode ser compreendido como a sua materialização ideológica, seguindo as reflexões de Foucault. Esse poder se produz, na medida em que

⁸ A cultura de qualquer sociedade consiste na soma total e organização de idéias, reações emocionais condicionadas, ou não, e padrões de comportamento habitual que seus membros adquirem pela instrução ou pela imitação de que todos, em maior ou menor grau, participam. A cultura, no entanto, resulta antes de experiências individuais, em confronto permanente, e as experiências cristalizadas sob as mais variadas formas, como por exemplo os valores culturais que podem ser entendidos como traços particulares. Seu caráter simbólico é visto, de certo modo, a partir do sentido de memória coletiva dos grupos sociais e/ou das sociedades, que reconstróem suas experiências e história. Essa concepção é baseada na discussão sobre cultura apresentada por Lévi-Strauss.

seus efeitos se materializam. Uma das formas onde esse processo se materializa é na construção da realidade dada a partir do discurso jornalístico. Ao publicizar fatos e por sua vez construir realidades, os media determinam um recorte temático e ideológico da vida cotidiana.

A materialização da ideologia vai se revelar no olhar que os media lançam sob a realidade social, esse olhar e o próprio 'fazer jornalístico' são influenciados pelo social, pela história e cultura contemporânea. Essa visão de mundo construída pelos media veicula e transporta desse modo uma dada ideologia que manifesta como o poder é exercido e constituído através da linguagem. É através dela que os media podem restringir ou delimitar ou até mesmo ampliar a dimensão de alcance de seu discurso, apontando dimensões possíveis de interpretação da realidade.

Os media configuram, desse modo, o espaço e a expressão das ideologias presentes e constituídas na esfera pública e, portanto, articulam uma rede multifacetada de poder, que é ativada através da linguagem e dada na comunicação. Linguagem, ideologia e poder podem ser compreendidos como um tripé de sustentáculo do campo dos media, para sua legitimação e ação hegemônica na sociedade.

Referências Bibliográficas

- ALSINA, M.R. (1989). La construcción de la notícia. Barcelona: Paidós.
- ADORNO, Theodor W (1989). A Indústria Cultural. In Cohn, Gabriel. Comu-

- nicação e Indústria Cultural. 5ª edição, SP: T.A. Queiroz.
- BAKHTIN, Mikhail (1999). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 9ª edição. São Paulo: Hucitec.
- BARROS FILHO, Clóvis (1995). *Ética na comunicação*. SP: Moderna.
- BERGER & LUCKMAN (1985). *A construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia e Conhecimento*. 5ª edição. Petrópolis: Vozes.
- BERGER, Peter (2001). *Perspectivas sociológicas: uma visão humanística*. Petrópolis: Vozes.
- BOURDIEU, Pierre (2004). *O poder simbólico*. 7ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- (1996). *Economia das trocas lingüísticas*. São Paulo: EDUSP.
- CHAUÍ, Marilena (2004). *O que é ideologia*. 2ª edição. São Paulo: Brasiliense.
- EAGLETON, Terry (1997). *Ideologia*. São Paulo: Editora Boitempo.
- FIORIN, José Luiz (2003). *Linguagem e ideologia*. 7ª edição. São Paulo: Editora Ática.
- FOUCAULT, Michel (1995). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- GADINI, Sérgio Luiz (1994). *A notícia como acontecimento*. Texto publicado na Revista Pauta Geral.
- GENRO FILHO, Adelmo (1987). *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê.
- GRAMSCI, Antonio (1987). *Concepção Dialética da História*. 7ª edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- HABERMAS, Jürgen (1987). *Comunicação, opinião pública e poder*. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. 5ª edição. São Paulo: T.A. Queiroz.
- (1976). *Legitimation problems in the modern state*. In *Communication and the evolution of society*. Boston: Beacon Press,.
- MARCUSE, Herbert (1978). *Razão e revolução*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- MARX, k. & ENGELS, F (2004). *A ideologia alemã*. São Paulo: Martin Clart.
- ORLANDI, Eni Puccinelli (1993). *As formas do Silêncio - no movimento dos sentidos*. 2ª edição, São Paulo: Editora da Unicamp.
- PAIS, José Machado (2003). *Vida cotidiana: enigmas e revelações*. São Paulo: Cortez .
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1990). *Estratégias da Comunicação*. Lisboa: Presença.
- SAUSSURE, Ferdinand de (2000). *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo: Cultrix.

THOMPSON, John B (1998). A mídia e a modernidade. 6ª edição. Rio de Janeiro: Vozes.

WEBER, Max (1999). Sociologia da Dominação. In Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Volume 2. Tradução de Regis Barbosa e Karen Barbosa. Distrito Federal: Editora Universidade de Brasília.