

Mesa apresentada no Multicom – Poder e Comunicação

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente¹ (Coordenador da Mesa)

Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho

Luiz Marcos Ferreira Júnior² - Mestrando do programa em Comunicação – FAAC- UNESP

Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho

Flávio Agnelli Mesquita³ - Mestrando do programa em Comunicação – FAAC- UNESP

Universidade Estadual Paulista – Júlio de Mesquita Filho.

Eduardo Yuji Yamamoto⁴ - Mestrando do programa em Comunicação – FAAC- UNESP

Universidade Estadual Paulista – Júlio de Mesquita Filho.

Resumo

O Papel Social dos Meios de Comunicação com frequência esteve no centro das discussões sociais, ora como propulsor do avanço social, ora como defensor dos interesses de setores mais conservadores. O debate adquiriu relevância no início do século XXI pelas peculiaridades vividas neste agitado começo de século. Esta mesa, originada no grupo de pesquisa Mídia e Sociedade, pretende abordar alguns dos aspectos relacionados com os desdobramentos das relações de poder no mundo contemporâneo, assim como analisar o papel da comunicação dentro desse processo de reformulação política e social. As abordagens discutidas envolvem recortes provenientes de pesquisas desenvolvidas pelos membros tendo como pano de fundo as manifestações envolvidas na problemática Comunicação e Poder.

Palavras-chave: mídia, poder, globalização, cidadania, sociedade.

¹ Graduado em Historia Social. Mestre em Historia da América Latina pela Unesp e Doutor em Historia social pela USP. Professor dos Cursos de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-UNESP. Coordena o Grupo de Pesquisa “Mídia e Sociedade” cadastrado no CNPq. E-mail para contato: maxvicente@faac.unesp.br.

² Graduação em Direito. Faculdade de Direito de Bauru. Mestrando pela Unesp de Bauru em Comunicação Midiática. Membro do grupo de estudos Mídia e Sociedade. E-mail: lcacoman@gmail.com

³ Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista (UNESP-Bauru). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicações Midiáticas da UNESP-Bauru e pesquisador do grupo "Mídia e Sociedade". Atualmente atuando na função de Professor Substituto da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). e-mail: flavioagnelli@gmail.com"

⁴ Jornalista e especialista em “Comunicação Popular e Comunitária” pela Universidade Estadual de Londrina (UEL-PR). Mestrando do programa de pós-graduação em “Comunicação Midiática”, da Universidade Estadual Paulista (UNESP-Bauru/SP). Pesquisador do grupo “Mídia e Sociedade” (CNPq). Bolsista Capes. E-mail: yudieduardo@bol.com.br

Título da Mesa: Poder e Comunicação

Os meios de comunicação têm dado contribuição efetiva no debate e aprimoramento do sistema democrático. Asa Briggs e Peter Burke, ao elaborar uma história social dos meios de comunicação, destacam a primeira década do século XX como um momento chave no qual os meios impressos surgem como uma força social, presente e ativa, na consolidação do sistema democrático, principalmente, nos países mais desenvolvidos⁵. Para esses autores, os meios impressos traziam para a discussão social temas relacionados à informação, à educação e ao entretenimento, entendidos respectivamente como: divulgação dos produtos provenientes dos avanços tecnológicos aplicados no sistema produtivo (informação), ampliação e conhecimento do acesso ao público (educação) e incentivo às oportunidades de relaxamento, recreação e lazer (entretenimento). Usando e consolidando o tripé informação, educação e lazer, os jornais acabaram entrando nos hábitos e costumes diários da classe dirigente, influenciando, desta forma, nas opiniões desse setor. Daí sua relevância social, naquele momento específico, para determinar os valores assumidos pelos membros dirigentes da sociedade.

Nessa trajetória não imperava a unanimidade entre os meios de comunicação, pois surgiram opiniões contrárias à denominada hegemonia dos meios impressos, notadamente na Inglaterra. Os donos de jornais freqüentemente apareciam como figuras vendidas e subordinadas aos interesses da classe dominante e seus respectivos partidos políticos⁶. Para os liberais mais radicais e os whigs, a imprensa não passava de um monopólio a mais das minorias dirigentes e, contrariamente ao esperado, os jornais estavam longe de serem vistos como os propulsores da democracia, pois serviam como meros instrumentos de reprodução dos interesses dos grupos que controlavam a sociedade.

Embora as colocações anteriores nos remetem a um período relativamente antigo, a problemática desenvolvida no início do século passado persiste atualmente. Basta realizar uma breve passagem por algumas avaliações relacionadas com o papel dos meios de comunicação, para perceber como as questões nevrálgicas, estão diretamente relacionadas com a consolidação do sistema democrático entendido como forma de aprimorar as

⁵ BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **De Gutenberg a internet**. Una história social de los médios de comunicación. Madrid: Taurus, 2002.

⁶ Idem, p. 235

liberdades e direitos da população⁷. As denúncias de submissão, ou não, aos interesses de determinados segmentos ou grupos sociais ainda suscitam acalorados debates⁸. Evidentemente, nos dias atuais, essas questões passam por especificidades impossíveis de serem ignoradas, mas as problemáticas de fundo se associam com o papel social dos meios de comunicação entendidos como instigadores da cidadania. Sem pretender esgotar o tema proposto, essas idéias norteiam a relação comunicação-poder desta mesa.

Uma das pesquisas se preocupa com o fenômeno da globalização e da comunicação. Tal tema, considerado um dos paradigmas da contemporaneidade, vem servindo, durante as últimas décadas, para explicar, indistintamente, acontecimentos econômicos, sociais, políticos e culturais. Afirma-se que a política, a economia, a comunicação e os demais componentes sociais estão e tendem a ficar cada vez mais globalizados. A discussão sobre a globalização tomou força após a queda do Muro de Berlim e, concomitantemente, do avanço das novas tecnologias que passaram a ocupar lugar de destaque influenciando, direta ou indiretamente, praticamente todos os setores da sociedade.

Do vasto universo de interpretações encontradas sobre essa transformação recente, aparecem interpretações divergentes. Castells (1999), assumindo um posicionamento identificado com a expansão globalista da economia, de maneira bastante precisa, identifica as grandes empresas transnacionais e sua capacidade de investir em pesquisa e desenvolvimento como as responsáveis pela nova reconfiguração de regiões e países em função dos seus interesses. As transnacionais, pensando unilateralmente nos seus negócios, escolhem o lugar onde desenvolverão as atividades econômicas, ocasionando mudanças significativas nas áreas de atuação. Isto implica implementação de pólos tecnológicos e econômicos díspares dentro dos próprios países. Tais pólos competiriam entre si, oferecendo vantagens fiscais e laborais, no intuito de atrair mais investimentos. Em tal contexto, defende Castells, as transnacionais encontrariam inúmeras vantagens para agir e ampliar suas atividades. O que destaca na abordagem de Castells é, justamente, o valor e supremacia dada às corporações que, desta maneira, adquirem papel relevante no mundo globalizado.

⁷ DIAZ Julio M. e LAFFOND, José Carlos R. **Introducción a la historia de la comunicación social**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2001.

⁸ Ver especialmente a obra : RAMONET, Ignácio (Ed.) **Internet, el mundo que llega**. Los nuevos desafíos de la comunicación. Madrid: Alianza Editorial, 1988.

Já Storper (2004) questiona Castells, ao defender o poder local como fator de resistência diante da mundialização. Para Storper existem, sim, possibilidades de ação perante a padronização homogeneizadora do capital. Mesmo que esse pensador aceita o consumo como fator determinante para a sobrevivência do capital, lembra das ambigüidades e contradições entre a tentativa de implementação de um cidadão-mundo, uniformizado pelo consumo, e a existência de um cidadão-local, definido pelas relações sociais e culturais. Storper sustenta que as empresas podem ser transnacionais ou multinacionais, podem ser vistas como globais sem sede fixa, mas nada disso impede que existam em territórios bem definidos, portanto passíveis de estarem sujeitas aos mecanismos e particularidades vigentes no espaço local.

Coincidindo com as afirmações de Storper, e levando em consideração a dialética envolvida na questão, Robertson (2000) utiliza o termo glocalização justamente para expressar a tensão existente entre o geral, quer dizer um processo global, e o particular, ou seja, a(s) identidade(s) cultural(ais) de cada comunidade local. Segundo Robertson estaríamos experimentando uma dinâmica econômica na qual o termo glocal simboliza uma nova lógica para as empresas. A comunicação, nesse contexto, sofre influências e adquire destaque, justamente, pelo papel assumido nas épocas anteriores na defesa da democracia e da cidadania. Para Ramonet a comunicação passa por um momento crucial, no qual, quatro fatores estariam em jogo.

O primeiro está relacionado com a idéia de informação. Antes da tal transformação contemporânea emanada da globalização, por informação entendia-se a descrição precisa e documentada do fato a ser publicado. Além disso, os jornais, por exemplo, precisavam subsidiar o leitor com dados suficientes para que este compreendesse seu significado mais profundo. Perguntas-chaves como: quem fez o quê, com que meios, onde, por quê, e quais as conseqüências, deveriam ficar totalmente esclarecidas para o leitor. Para Ramonet o advento da televisão, e sua supremacia como meio de comunicação, implicou num duro golpe naquela concepção antiga de informação. Com isso, a reflexão e as explicações mais detalhadas passaram para um segundo lugar ou simplesmente se abandonaram. Para estar informado, é necessário ver o acontecimento, não entender seu significado.

A tirania do tempo presente surge como mais um ponto abordado por Ramonet. Para ele o tempo presente está determinado pela imagem. Efetivamente, na hora de

selecionar os fatos para serem publicados, imperam os que possuem imagens e, conseqüentemente, o resto das notícias ficam num segundo lugar quando não são ignoradas. As notícias que não aparecem na TV perdem sua importância, mesmo que algumas sejam mais relevantes que àquelas vistas e aceitas pelo público como verdadeiras. Desta forma, a imagem determina a informação na atualidade.

Outro fator a ser considerado refere-se ao tempo da informação. Para Ramonet (1999), a informação hoje se resume ao que pode ser comunicado ao vivo, em tempo real. Quando um fato chega ao leitor, normalmente é considerado ultrapassado e o potencial de avaliação e reflexão que poderia provocar encontra já um público “informado”. Conseqüentemente, o jornalismo teve que mudar sua forma de noticiar e informar, pois a televisão minou seu alvo. Com isso, o espaço anteriormente destinado à exposição de opiniões e análises no jornal impresso cedeu espaço para as imagens e as notícias resumidas.

O quarto fator apresentado por Ramonet diz respeito à veracidade da informação. Na atualidade, um fato é verdadeiro, não por aplicarem critérios objetivos, rigorosos ou porque as fontes tenham sido devidamente verificadas. A veracidade se impõe pela repetição constante e permanente de dados, aliás, nem sempre confirmados. Como estamos num momento de alta competitividade, a mesma notícia veiculada pela televisão, pelo rádio e pelo jornal, torna-se verdadeira. Se a isto aliamos a deficiência dos meios de comunicação em avaliar as estruturas, caímos no simplismo e na superficialidade e perdemos na distinção do que é verdadeiro e importante daquilo que é falso e superficial.

A soma desses fatores constitui o que Ramonet citava como dilemas dos meios de comunicação. Ramonet denomina essa situação de “censura democrática”, ou seja, o poder do sistema de manipular os meios fornecendo-lhes as mesmas versões e imagens. Aparentemente se aceita o sistema democrático como o mais válido e representativo, mas a capacidade da crítica fica diluída dentro dos limites “verdadeiros” estabelecidos por esse sistema. O excesso de democracia geraria a apatia, recaindo, parte da culpa, também, no público, preso por essa rede de facilidades provenientes das novas tecnologias e da ausência da crítica.

Outra das comunicações tem como tema ‘Comunicação: espaço de poder na relação humana’. Ela parte do princípio de que a sociedade, enquanto objeto de investigação, pode

ser observada como um sistema complexo constituído por subgrupos e estes por sua vez por elementos, que em mútua e constante relação de trocas energéticas, em confluência e influência relacional (interação) compõem um grande corpo autônomo. Tal corpo autônomo, que pode ser comparado a um organismo vivo, se conserva a partir das ações dos diferentes elementos constituintes, que mantém também, certa autonomia. O certo, porém, é que em razão destes elementos se inter-relacionarem compondo redes de associação, contato, e influência, acabam despendendo parte de sua energia potencial que ora se coaduna com outros elementos compondo funções em prol de interesses conjugados, ou se perdem no embate por objetos de interesse comum, constituindo ora conflitos, ora composições negociadas.

Tais elementos no caso da sociedade são identificados na figura dos indivíduos que compõem os diferentes grupos sociais, ou seja, os subgrupos, tais como família, conglomerados de classe, etc. Destarte, o fato determinante para a constituição destes grupos encontra-se condensado nas linhas de força energéticas relacionais que coincidentes ou compositoras de um núcleo de interesse funcional comum, acabam por compor os diferentes núcleos sociais.

Ocorre que enquanto conjunto complexo, a sociedade sempre assistiu no decorrer de seu desenvolvimento conflitos inúmeros entre elementos e subgrupos, quando estes na relação comunicacional e informacional percebiam objetos que lhes viabilizaria o prosseguimento de seus impulsos e interesses e com o passar do tempo iam acumulando, pelas trocas energéticas contínuas, maior grau de força frente a determinado objeto (núcleo energético potencial) que pudesse ser disputado, e por isso passava a ser valorizado. Neste contexto, é fácil perceber que dependendo da forma com que determinado subgrupo ou indivíduo componha suas relações energéticas, poderá o mesmo suprimir do campo de abrangência de outros o contato com determinado objeto e a partir disto deter dele o fruir energético individual.

Harry Pross (1980) afirma que em todos os graus de comunicação simbólica, se exige renúncia ao próprio ser, a fim de se possibilitar identificação social do indivíduo. Tal processo de identificação segundo ele é importante, uma vez que o desprendimento dos signos de sua peculiaridade subjetiva cada uma das vezes que isso se dá se constitui em um ato de superação do medo frente à noção do nada, que gera insegurança. Portanto, para tal

pensador a necessidade de um referencial é basilar para o ser humano superar a incerteza e gerar impulsos energéticos individuais que lhe faça agir. Pross também coloca que no mais próximo da intimidade se perde a representação de identidade entre signo (aquilo que representa algo) e o objeto (o algo representado).

É vinculado a percepção de que o homem em geral se utiliza de signos para aproximar as realidades que estão distantes do seu alcance, muitas vezes até mesmo aproximar outros homens de si, pela linguagem, pela comunicação, que nas relações energéticas, para a composição de elementos relacionais, sobretudo, a partir da linguagem, o mesmo homem cria realidades transcendentais ou imanentes de coisas existentes e sensíveis, mas que também, somado ao ímpeto de manter relações de hierarquia e necessidade acaba por compor signos na direção de determinada função por ele objetivada, a fim de que os demais não percebam outras possibilidades relacionais com objetos e outros homens. É por isso que Louis Althusser (1985) identifica os mecanismos viabilizados pela ideologia como mecanismos de repressão, de controle.

Então se percebe aí que o poder, antes de ser assimilado por qualquer modelo (dever-ser) político, deve ser claramente percebidas tais linhas de força relacionais já constituídas socialmente. Isso por que muitos conceitos, ou direitos reconhecíveis no âmbito jurídico ou institucional e designados como elementos fundadores da Democracia, na realidade, enquanto signo, construídos ou manipulados, se prestam a fixar o olhar do indivíduo a um único paradigma concebível em dada relação social.

Veja-se que a noção de cidadania, ou o entendimento reduzido de Democracia como algo relacionado ao direito de sufrágio estritamente, acabam por compor espaço de conforto sógnico para a maior parte dos homens, posto que lhes afasta da incerteza, dando-lhes referencial de realidade, mas contudo, acabam também por serem, dada a força desses signos frente ao psiquismo individual, utilizados como elemento para controlar ou direcionar impulsos de percepção da realidade, de autonomia e relacionais.

Mattelart (2005) acerca dessa questão explica que a idéia de globalização está vinculada ao processo de abandono por parte da máquina estatal de campos de atuação que outrora ocupava para viabilizar, energeticamente, interesses dos detentores dos meios de produção, e que mascarava por meio da composição simbólica de interesse público (mas que só fazia manter as relações sociais hierarquizadas).

Assim, é fundamental ater-se a noção de que idéias difundidas nos meios de comunicação, muitas vezes servem sim como instigadoras de delimitação do espaço de reconhecimento de significado que os indivíduos passaram a ter, dada a exacerbada difusão e repetição desses conteúdos, que por trás escondem interesses de manutenção de hierarquias. O campo de combate é o espaço das mídias. A difusão de tecnologias que permitem ampliação comunicacional, tais como os micro-processadores, estimula um comportamento atuante dos indivíduos na relação comunicacional.

Contudo, dada a emergência do projeto de televisão digital, importante seria a percepção das possibilidades de se implantar espaços o mais democráticos possíveis, desvinculados das linhas energéticas fomentadoras das empresas, permitindo a difusão de espaços de produção cultural da universidade, de grupos organizados, Ongs, do próprio Estado em ações com enfoque educacional e informativo de suas ações e atividades. As cartas estão postas na mesa. Os conflitos de interesse pelo domínio de ações de poder estão presentes. Ter consciência de que suprimir a percepção desta realidade é uma estratégia utilizada a centenas de anos na história da humanidade não deve ser esquecido nunca.

Uma outra comunicação, servindo-se da teoria do enquadramento estuda como a mídia pode criar representações capazes de encobrir interesses. Por isso parte de uma definição do conceito de Enquadramento. De acordo com Stephen Reese (2001), o enquadramento refere-se ao modo como os eventos são organizados e fazem sentido. Ele permite-nos responder: precisamente, como os temas são construídos, discursos estruturados e significados desenvolvidos. James Tankard (2001), outro importante pesquisador do enquadramento, afirma que o conceito de Enquadramento vem trazendo importantes contribuições às pesquisas em comunicação pelo fato de oferecer uma alternativa ao velho paradigma “objetividade/subjetividade”, rumo a uma investigação das ideologias presentes nas notícias, ou seja, na forma como as notícias são apresentadas. As pesquisas em Análise do Enquadramento utilizam-se de inúmeras categorias na abordagem às coberturas jornalísticas. Em qualquer escolha, contudo, é necessário utilizar categorias sistemáticas e rigorosas de aplicação, para que todo o corpus – do princípio ao fim – esteja submetido às mesmas regras de observação. Como salienta Tankard (2001), o pesquisador deve realizar uma aproximação sistemática e homogênea de todo o corpus. Tendo em vista

essa preocupação, optamos por analisar as revistas *Veja* e *IstoÉ* de acordo com três categorias principais.

Tanto a revista *Veja* quanto *IstoÉ* destacaram o segundo turno como matéria de capa da edição de 1 de novembro. No entanto, embora ambas destacassem em suas páginas a distinção latente entre os eleitores do país, elas optaram por abordagens diferentes ao fato. *IstoÉ* enfatiza em sua matéria a necessidade de união do país, comentando apenas uma vez (de 14 citações) sobre a divisão existente entre eleitores brasileiros. *Veja*, por sua vez, apresenta um número de referências à distinção dos “Brasis” maior do que o número de comentários à união (8 e 5 referências, respectivamente).

Nesta categoria de observação, pode-se perceber uma clara distinção na abordagem dos semanários. *Veja* dedicou 11 parágrafos de suas matérias para comentar sobre o governo Lula, enquanto *IstoÉ* o fez em 7 ocasiões. No entanto, *Veja* aborda o atual governo de forma negativa em 9 ocasiões, ou seja, em cerca de 82% das citações. A revista *IstoÉ*, por outro lado, dedica três passagens para destacar aspectos positivos do período presidencial petista, mesmo número das referências negativas. Tanto a revista *Veja* como *IstoÉ* recorrem a fontes para exposição de argumentos num número muito próximo de ocasiões: 14 e 16, respectivamente. No entanto, nota-se aqui um resultado destoante em relação à utilização de fontes ligadas ao PT, partido do candidato Lula. Enquanto *Veja* faz uso destas fontes em apenas 2 ocasiões, *IstoÉ* recorre 10 vezes a citações deste tipo.

Além disso, fato que deve ser destacado é que, na revista *Veja* – analisando-se as citações de fontes sem ligações partidárias (cientistas políticos, economistas e especialistas) – apenas uma não foi usada para confirmar aspectos negativos do governo Lula. Já na revista *IstoÉ*, das quatro citações a fontes sem ligações partidárias, nenhuma delas destacam aspectos negativos do PT ou de Lula. Por meio desses cinco itens de análise, pode-se observar a utilização de alguns enquadramentos destoantes se compararmos a cobertura das revistas *Veja* e *IstoÉ* nas edições de 1 de novembro de 2006.

Em primeiro lugar, a revista *Veja* comenta sobre o pleito enquadrando o processo eleitoral do ponto de vista da divisão do Brasil. *IstoÉ*, ao contrário, aborda o tema do ponto de vista da união do país após a conclusão das eleições.

Além disso, outro enquadramento latente nos semanários diz respeito ao comportamento do atual governo e uma suposta consequência nas urnas. Enquanto *Veja*

optou por abordar o período de Lula no governo segundo dados econômico-sociais negativos, *IstoÉ* dividiu sua cobertura para comentar tanto sobre características negativas, quanto positivas do período em que Lula esteve na presidência da República, ainda que a recorrência a fontes não-políticas tenha se confirmado com um caráter claramente pró-Lula. Já a revista *Veja*, visando a construção de seus enquadramentos, recorreu a fontes diferenciadas para balizar seus discursos, mas predominantemente pró-PSDB.

Dessa forma, é possível dizer que as revistas optaram por enquadramentos claramente destoantes, evidenciando as diferentes orientações que os veículos de comunicação assumem num momento de tamanha importância nacional: as eleições presidenciais.

Uma outra Comunicação tem como foco de estudo as estratégias da comunicação popular: poder político e cultura popular. Poe-se afirmar que nos últimos 30 anos, a visibilidade dos jornais populares no cenário político brasileiro vem ganhando notoriedade não apenas pela quantidade de exemplares produzidos junto aos movimentos sociais, mas pelo próprio volume de produções científicas acerca desse fenômeno. O interesse pela comunicação popular por parte da academia, conforme afirma Cicília Peruzzo (*Comunicação nos movimentos populares*, 1998), não é recente; mas se evidencia a partir dos anos setenta e oitenta. Segundo José Marques de Melo (*Inventário da pesquisa da comunicação no Brasil*, 1984), em cem anos - de 1883 a 1983 -, de 1312 títulos sobre comunicação, apenas 21 relacionavam-se à vertente popular ou alternativa, enquanto no final da década de setenta este número subiu para 38, entre dissertações e teses, além de artigos e livros.

Entretanto, falar de comunicação popular nos dias de hoje parece retornar a uma outra realidade: aos anos de chumbo da repressão militar, à euforia da redemocratização, à própria visibilidade dos movimentos sociais de base, etc. Não é essa a nossa intenção. Se algumas categorias teóricas parecem não dar conta de explicar a própria realidade as quais estas se sustentam - não por desgaste conceitual ou erro interpretativo, mas por conta de uma complexificação social - então a comunicação popular, como agente desse próprio processo histórico, também deva ser redescrita.

A influência do pensamento marxista nos estudos sobre Comunicação Popular, em especial na perspectiva dos movimentos sociais, pode ser atribuída pela forte tradição

sociológica que fixou bases conceituais sólidas em pesquisas de cunho social. Essa tradição, ao mesmo tempo em que resolve algumas questões relativas à ciência da comunicação - como a demarcação de seu papel instrumental no todo social, suporte do pensamento ideológico, etc -, plasmando o campo e dando contornos específicos, deixa de entrever outras dimensões desse fenômeno, e do próprio poder imanente dessa prática.

No âmbito da epistemologia, alguns concordam em fixar-se nessas bases marxistas, e a partir daí aprofundar sua práxis, evocar a utopia social à luz de um sujeito coletivo. Mas esse mesmo movimento é restritivo, pois desloca o fenômeno para uma razão teleológica, uma espécie de absolutização de uma verdade. Nessa perspectiva, a comunicação popular auxiliaria os movimentos sociais naquilo que eles almejam há algum tempo: a igualdade social a partir de uma justiça material. Seria também válida a apropriação da Escola de Frankfurt para a comunicação popular, reforçando seu papel instrumental: esta comunicação viria a contento de explicitar as ideologias contidas em produtos culturais populares atuando no processo de desalienação e despertar para a consciência de classe. Observa-se, entretanto, uma fixação do economicismo dessas formulações teóricas, e a submissão do poder a um segundo plano.

No âmbito da cultura popular, entretanto, ensaiaram-se com Antônio Gramsci e Raymond Williams formas de se compreender o determinismo econômico e ideológico. Respectivamente, esses dois autores ampliam o pensamento marxista sob os conceitos de Hegemonia (a construção do Bloco Histórico a partir de uma hegemonia cultural), e Cotidiano (as práticas generalizadas do homem sobre a realidade).

O caminho que esta proposta assume, tal como Michel Foucault em sua genealogia do poder, é o perscrute de seu exercício em práticas sociais cotidianas, especificamente, a produção discursiva de uma classe social.

Analisar as estratégias enunciativas dos jornais populares, a partir de um levantamento teórico-conceitual, constitui uma forma de suscitar formas simbólicas de poder, materializados na linha política-editorial desses veículos.

Aqui a análise do poder se estabelece a partir da significação, das representações políticas e sociais, dos valores assimétricos contidos nas mensagens, seja ela ideológica ou não. Isso não significa invalidar a teoria marxista de poder, mas ampliar suas análises para além do economicismo, como bem ressalta Foucault (Genealogia e poder, 1976): “[...] o poder não é

principalmente manutenção e reprodução das relações econômicas, mas acima de tudo uma relação de força”. Nessa perspectiva de análise ressalta-se a noção irreduzível da representação, que muitas vezes é compreendida como ideologia. Como observa Foucault, a ação do saber-poder sobre os saberes fragmentados e descontínuos da cultura popular quando não os submete ao jogo da verdade, os faz perecer à uma hierarquia da ordem do discurso (científico, político, técnico, etc.)

Em última instância alguns saberes são excluídos, devorados pelo esquecimento histórico juntamente com as possibilidades de análise. Mais ainda: vigora a idéia de um popular subordinado, desprovido de poder, mero receptor passivo diante da história.

Referências:

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos do Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **De Gutemberg a Internet. Una história social de los médios de comunicación**. Madrid: Taurus, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo (SP): Moderna, 1982.

DIAZ Julio M. e LAFFOND, José Carlos R. **Introducción a la historia de la comunicacion social**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2001.

ENTMAN, Robert. *Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents*, **Journal of Communication**, 2001, vol. 41, n. 4, pp 6-27.

FEATHERSTONE, Mike (Org.). **Cultura Global**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos II: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro (RJ): forense universitária, 2005, 2ª edição.

_____. **A microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Ed. Loyola, 2004.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectivas, 2006.

LIMA, V. A. de. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2001.

MATTELART, Armand. Org. **A comunicação na aldeia global**. Petrópolis: Vozes, 2005.

NIETZSCHE, Friedrich. **A genealogia da moral**. Lisboa: Guimarães & Cia editores, s/d.

_____. Sobre verdade e mentira no sentido extra-moral. In.: **Obras incompletas**. São Paulo (SP): Nova Cultural. 1999

PERUZZO, Cicilia M.K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis (RJ): Vozes, 2004.

PORTO, M. **A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA**: a cobertura do Jornal *Folha de S.Paulo*. *Cadernos do CEAM*, 2001, Ano II, n. 6, p. 11-32.

PORTO, M. P. **Enquadramentos da mídia e política**. Anais do 26º Encontro anual ANPOCS. Caxambú, 22 a 26 set. 2002.

PROSS, Harry. **La violência de los símbolos sociales**. Trad: Vicente Romano. Barcelona: Antropos, 1983.

_____. **La estructura simbólica del poder**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

SODRÉ, Muniz. Ciência e Método em Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. de. (org.) **Epistemologia da comunicação**. São Paulo (SP): Edições Loyola, 2003.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RAMONET, Ignácio. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema**. Petrópolis: Vozes, 2002.

REESE, D.S.; GANDY, O.H.; GRANT, A.E. **Framing Public Life**. Perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

ROBERTSON, Ronald. **Globalização, Teoria Social e cultura global**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SOARES, M. C. **Construindo o significado do voto**: retórica da propaganda política pela televisão. Tese (Doutorado), Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995, 371 p.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade**. São Paulo: Editora Cultrix, 2000.