

O tema do poder na pesquisa acadêmica contemporânea sobre jornalismo: a produção recente da SBPJor e da Intercom¹

Thamiris Franco Martins²
Ana Paula Moratori Ferreira³
Paulo Roberto Figueira Leal⁴
Iluska Maria da Silva Coutinho⁵
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO

Com base no pressuposto de que, na contemporaneidade, numerosas variantes teóricas apontam a existência de relações de poder associadas aos processos comunicacionais, o trabalho se propõe a um estudo das principais discussões sobre o tema do “poder” nas publicações dos GTs em jornalismo dos congressos da SBPJor e da Intercom Nacional, nos últimos três anos. Para realizar o estudo recorreu-se ao material disponível na plataforma *online* das duas instituições e foi realizada uma busca por meio da palavra-chave ‘poder’. O artigo também traz diferentes visões teóricas acerca do tema poder.

PALAVRAS-CHAVE: poder; jornalismo; pesquisa; comunicação.

Introdução

São cada vez mais visíveis na contemporaneidade as relações de poder emanadas de fenômenos ou processos comunicacionais. Ojeda (2004) afirma que os ambientes onde estamos inseridos são dirigidos por poderosas ordens discursivas que regem o que deve ser dito e o que deve ser calado. Segundo ela, tais verdades são instituídas através de ferramentas como a linguagem, as narrativas e os textos.

Para Foucault (2003), o poder funciona em rede, como mecanismos sociais de disciplinar os indivíduos, modelando seus discursos e desejos. Com base nisso, é possível observar a abordagem do poder na política, saúde, nas organizações, nos meios de comunicação, nas instituições e em outras esferas da sociedade. Dessa forma, torna-se de grande relevância a pesquisa acerca de tais relações e seus consequentes resultados.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de São João del Rei – UFSJ. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: thamiris_franco@hotmail.com.

³ Coordenadora e Professora do Curso Superior de Tecnologia em Eventos da Faculdade Machado Sobrinho. Mestranda em Comunicação pela UFJF. Especialista em Gestão Empresarial pela Fundação Educacional Machado Sobrinho. Graduada em Comunicação Social pela UFJF. Consultora em Marketing, Comunicação e Eventos no Instituto de Desenvolvimento em Vendas – IDEVA. E-mail: apmoratori@hotmail.com.

⁴ Doutor em Ciência Política (Iuperj). Professor do PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br.

⁵ Jornalista diplomada pela UFES, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp). Bolsista Produtividade CNPq, PQ2 e professora do departamento de Jornalismo e do PPGCOM-UFJF. Desenvolve pesquisa sobre telejornalismo em emissoras públicas com financiamento do CNPq e Fapemig. iluskac@globo.com.

O presente artigo tem como intuito analisar como o conceito de poder foi utilizado em artigos científicos, publicados em grupos de trabalho com foco em jornalismo. Para isso, selecionaram-se trabalhos publicados nos congressos nacionais da SBPjor e da Intercom nacional, dos últimos três anos: constituíram o *corpus* todos os artigos nos quais a palavra “poder” constava ou nas palavras-chaves do artigo ou em seu título.

Ressalte-se que este exercício não é universalizante: há grande probabilidade de que outros trabalhos abordem algum tipo de relação de poder em seu conteúdo, mesmo que não mencionem explicitamente essa categoria. Contudo, à medida que os autores não deram, nesses casos, destaque ao conceito de poder nos elementos básicos de busca (título ou palavras-chave), deduz-se que a discussão era periférica, o que levou à não inclusão na presente amostra.

2. Comunicação e Poder: uma análise geral sobre os sentidos de poder e suas relações na sociedade

Ao tratar das conceituações do termo “poder”, podem ser encontradas diferentes abordagens. Japiassú e Marcondes (2003) definem poder de quatro maneiras distintas. Em um primeiro momento, os autores definem poder como capacidade, possibilidade de fazer algo, derivada de um elemento físico ou natural, ou ainda, conferida como uma autoridade institucional. Como exemplo, os autores citam o poder de nomear e demitir.

Em um sentido político, poder estaria relacionado ao exercício do domínio, como através da força: poder ditatorial, poder militar e constitucional. Ao citar Montesquieu os autores instituem a “doutrina dos três poderes”, que estabelecem o equilíbrio e a independência dos poderes executivo, legislativo e judiciário em um Estado, que deve agir de forma autônoma e livre para que se preserve a harmonia política.

Eles também defendem a ideia de poder relacionada aos fundamentos de Michael Foucault. Os autores, ao citarem Foucault, lembram que o autor realiza um exame das relações entre saber e poder, ciência, dominação e controle na contemporaneidade, e constatam que o poder se exerce na sociedade não só por meio do Estado ou das autoridades, mas de maneiras diversas e em níveis distintos, em que muitas vezes nem se é percebido.

Também se pode definir “poder” por meio de uma conceituação sociológica. Johnson (1995) discute que poder, em termos sociológicos, pode ter diversos significados, no entanto, o autor cita que o mais comum é a definição de Max Weber, que elucida poder

como a capacidade de controlar indivíduos, eventos ou recursos, ou seja, fazer aquilo que a pessoa quer, mesmo que haja obstáculos, resistência ou oposição.

O autor lembra que o poder também pode ser utilizado de maneiras mais sutis e indiretas como a capacidade de não agir diante de uma situação, bem como moldar crenças e valores de outras pessoas, através, por exemplo, do controle da mídia. “O poder seria algo que pode ser conservado, cobiçado, capturado, retirado, perdido ou roubado; e que é usado basicamente em relações de antagonismo, envolvendo conflito entre os que têm e os que não têm”. (JOHNSON, 1995, p. 177). Para ele, a autoridade é um tipo de poder, associado à ocupação de um dado status social, como exemplo, o poder exercido dos pais sobre os filhos.

Johnson também discorre sobre o poder de coerção, que é aquele em que se utiliza o medo e a força; tal poder é exercido por nações conquistadoras sobre as conquistadas. Ao citar Karl Marx, o autor manifesta que, diferentemente de Weber, Marx argumenta que o poder não reside nas relações entre indivíduos, mas na dominação e subordinação de classes sociais, baseadas nas relações de produção.

Outra conceituação é a de poder pessoal, que é a capacidade de influenciar ou controlar outras pessoas, tendo como características a força física ou a habilidade de argumentação. Já o poder como autoritarismo político, provoca a desigualdade e o conflito. Johnson introduz ainda, a conceituação de poder à base do feminismo. Neste caso, o poder não estaria ligado à hierarquia ou dominação, mas a capacidade de fazer coisas, de atingir metas, especialmente em colaboração com outras pessoas.

Bottomore e Outhwait (1996) definem poder como a capacidade de produzir ou contribuir para resultados. Ou seja, fazer com que ocorra algo que faça diferença no mundo por meio das relações sociais. Ao citar Hannah Arendt, o autor explica as relações de poder como essencialmente cooperativas, o poder como capacidade humana de atuar em harmonia.

Trazendo o debate para a relação mídia-poder, Albuquerque (2010) faz menção, ainda, ao quarto poder, ou suposto poder jornalístico que, segundo sua concepção, pode ser abordado sob três perspectivas: *Fourth Estate* ou contrapoder, *Fourth Branch*, ou equilíbrio entre os poderes, e Poder Moderador ou Superpoder. No jornalismo brasileiro, a expressão Poder Moderador é a que mais se adequa ao conceito de Quarto Poder, ou “poder de exceção que deveria ser acionado na defesa da ordem constitucional de modo que impeça a perturbação da ordem pública.” (ALBUQUERQUE, 2010, pg. 100). Com base nesse

modelo, a imprensa brasileira, segundo o autor, reivindica um papel de “árbitro transcendente” e intérprete dos interesses nacionais.

Como se vê, a palavra “poder” possui conceituações diversas, sendo aplicada, de um modo ou de outro, de acordo com a cultura e sociedade onde está inserida. Fato é que não há relações sem que haja sentidos de poder e, para cada tipo de conexão, também haverá implicações distintas.

Machado (2003), ao introduzir a obra “Microfísica do Poder”, explica a genealogia do poder na visão de Foucault. O autor esclarece que o poder, para Foucault, não é como uma realidade que possui uma natureza, não é algo unitário e global, mas sim formas díspares, heterogêneas em constante transformação. “O poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, constituída historicamente”. (MACHADO, 2003, p.10).

Foucault (2003) institui que o poder é algo que circula e funciona em cadeia. Ele não estaria localizado nas mãos de alguns, não está ligado à riqueza ou localizado em um determinado ponto específico da estrutura social. Então, para o autor, o poder funciona e se exerce em rede, ou seja, todos os indivíduos da sociedade exercem o poder e sofrem sua ação. O autor ainda explica, que os poderes periféricos e moleculares - os poderes que são exercidos por indivíduos, empresas, comunicadores, dentre outros - não são necessariamente criados pelo Estado, ou seja, tais micros poderes podem se integrar ao Estado ou não.

O autor ainda rejeita a ideia de que o poder é totalmente violento e repressivo, sendo assim, para ele o poder possui uma eficácia produtiva, uma riqueza, uma positividade. O poder tem como alvo o corpo humano, não para mutilá-lo, mas, adestrá-lo. O poder não é uma mercadoria, não está relacionado com o modelo econômico. As relações de poder, se vinculadas ao Estado, funcionariam como aparelho repressivo, no entanto, Foucault (2003) observa uma positividade, em que tais relações contribuiriam para manter a sociedade organizada e contribuiria para satisfação de desejos e prazeres do indivíduo.

Para Foucault, trata-se de algo que funciona em cadeia e deve ser analisado como algo que circula - que não está concentrado apenas nas mãos de um indivíduo. O poder ajuda a estruturar a sociedade e a manter hierarquicamente organizada. O poder pode gerar um contra poder, por isso ninguém o exerce sozinho. Desta maneira, o autor estabelece que o poder se encontra nas esferas sociais como: na família, na mídia, nas práticas culturais, nas instituições etc.

Logo, é necessário que o indivíduo, para governar o Estado, deva primeiro saber governar tais esferas sociais. O poder não é visto como único ou central, mas sim, a estrutura social se estabelece por meio de múltiplos poderes. Por fim, o poder para Foucault (2003) se estabelece na sociedade e nas relações entre os indivíduos.

Como os meios de comunicação de massa desempenham papel fundamental na contemporaneidade, há um rico filão de análises que os conectam ao debate sobre poder. É dos *mass media* e das novas tecnologias de comunicação que provêm grande parcela das informações. O público está exposto a todo tipo de conteúdo: economia, política, publicidade, fofocas, notícias científicas, dentre outras. Os meios de comunicação promovem alterações na gestão do tempo cotidiano; as informações chegam para o público de forma instantânea, promovendo também novos sentidos e interações. Em relação à política, os *mass media* alteraram as formas do discurso, a relação entre representantes e representados e até as vias de acesso para a carreira pública. Desta forma, pode-se dizer que a mídia possui um forte poder de persuasão.

A mídia exerce poder nas campanhas eleitorais, por exemplo, por meio da televisão, especialmente pelo Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) onde os atores políticos divulgam suas propostas, trabalham a sua imagem, ganham visibilidade e exploram estratégias de campanha. Eles se utilizam dos recursos do marketing político para conquistar o eleitorado.

Nesse sentido Gomes (2004) afirma que a política contemporânea se estabeleceu numa estreita relação com a comunicação de massa. O autor argumenta que os agentes políticos tendem a atuar para a esfera da visibilidade pública, controlada pela comunicação, que grande parte da política se encena nos meios, linguagens, processos e instituições da comunicação de massa. Ele frisa que as estratégias eleitorais e políticas supõem uma cultura centrada no consumo de imagens públicas e tais estratégias, para serem eficientes, necessitam dos recursos de marketing. Desta forma, Gomes (2004) argumenta que a política perdeu a sua autenticidade, isto porque o campo político é cada vez mais técnico, profissional e científico, além de a comunicação política de massa supor planejamento, previsão e controle.

Almeida (2014) explicita a relação de persuasão da mídia a partir do estímulo ao consumo. A autora explica que a mídia, especialmente a televisão, pode exercer influência sobre os indivíduos, mas que isso está relacionado com a bagagem cultural que o sujeito tem, ou seja, ele pode se encantar com o que é mostrado, ou até discordar e fazer crítica. A

autora retrata que a televisão tem um forte poder de impulsionar o consumo. Ela explica que as pessoas possuem o desejo de comprar os produtos, uma vez que os anúncios são repetitivos, constantes e cotidianos. Para tanto, ela lembra que basta ver uma telenovela, onde há estímulo pelo consumismo e pela forma como a vida urbana, repleta de bens, modas e produtos industrializados é mostrada ao público.

A mídia, no entanto, não se restringe hoje apenas aos chamados veículos de comunicação de massa tradicionais. Cada vez mais, outras ferramentas têm sido utilizadas para estabelecer relação de diálogo e possível persuasão com o público-alvo. Um exemplo pulsante na sociedade atual são os eventos. Segundo Britto (2002), no sistema de comunicação, dentro da atividade empresarial, as inter-relações estratégicas pressupõem diferentes canais de comunicação, entre os quais o evento se destaca como ação concreta e de permanentes resultados positivos.

Tais atividades, segundo Neto (2005), vão de cursos e palestras até shows, jogos e competições esportivas, exposições, festivais, festas, mostras de arte e mesmo campanhas publicitárias criativas. Ou seja, as formas de se chegar ao público envolvem discursos possíveis em contextos e realidades das mais diversas. As relações de poder que aí se estabelecem vão desde a compra de um produto cujo preço no evento é acima da média até a mensagem visual a que se é exposto durante a festividade.

3. Os sentidos de poder na pesquisa comunicacional: artigos da SBPJor e Intercom

Em busca do estado da arte sobre o entendimento do conceito de poder, no âmbito das pesquisas em Comunicação, buscou-se por meio de um levantamento documental compreender quais os sentidos emergem na produção recente sobre o tema. Para tanto foram eleitas duas sociedades científicas que atuam na perspectiva não apenas da consolidação do campo científico em Comunicação, mas também na difusão dos saberes na área: SBPJor (Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo) e Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação). Em busca de atualização do conceito, na pesquisa contemporânea, estabeleceu-se como recorte temporal os trabalhos publicados nos anais dos eventos realizados no último triênio.

Para realização do estudo recorreu-se ao material disponível nas páginas das duas instituições na rede mundial de computadores. No caso da SBPJor o acesso ocorreu por meio do link sala de pesquisa, onde foi possível realizar buscas por título, palavra-chave

e resumo. Já no caso da Intercom o levantamento foi realizado a partir do acesso aos anais propriamente ditos, cada um deles incluindo também por uma ferramenta de busca via web.

3.1. SBPJor

Nos últimos três anos da SBPJor foram encontrados quatro artigos articulando “poder e comunicação”. Três deles são de 2011: “Jornalismo, liberdade e imprensa regional: informar é (im) preciso”, “A influência do Poder Público no jornalismo impresso maranhense” e “Jornalismo em blogs: opinião, imparcialidade e a conquista de poder”. Em 2012 faz-se presente o artigo “O ‘quinto-poder’: conceituação, origem e objetivos da contrainformação.”.

O artigo “Jornalismo, liberdade e imprensa regional: informar é (im) preciso”, desenvolvido pelo jornalista e professor do Curso de Jornalismo no Centro Universitário Barão de Mauá (SP) e Mestre em Ciência, Tecnologia e Sociedade, Igor José Siquieri Savenhago, discute a liberdade na imprensa, analisando um contrassenso existente nas redações jornalísticas: se por um lado há uma batalha contra a censura imposta por fatores externos, como medidas governamentais, por outro, os donos dos veículos de comunicação, por fatores econômicos, impedem os jornalistas de atuarem com independência editorial, ou seja, os proprietários se vendem a outros tipos de poder. Desta forma, a imprensa enfraquece seu poder de informar e denunciar os abusos políticos em detrimento do poder mercadológico.

O autor utiliza como embasamento os teóricos da Comunicação e do Jornalismo, observando como trabalham a questão da liberdade de imprensa e como buscam respostas para: por que as notícias são como são e que efeitos elas provocam. Também há menção a conceitos da “indústria cultural” onde se reflete sobre o poder da mídia, de que formas as estratégias são pensadas para estimular a venda de produtos e não para informar, limitando assim a liberdade de escolha. O autor ainda discute o poder da tecnologia perante os fatos, se por um lado o advento da tecnologia contribuiu para a proliferação de notícias em um curto espaço de tempo, por outro há disseminação de informações falsas, com fontes não confiáveis e sem identidade.

No trabalho “A influência do Poder Público no jornalismo impresso maranhense”, realizado pela jornalista Mariana Apocalypse Eça de Queiroz e orientado por José Ferreira Júnior, professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, trabalha-

se a questão do poder de grupos econômicos e políticos que influenciam o conteúdo dos jornais. No artigo, os autores relacionam o Poder Público (governo do Estado do Maranhão e a Prefeitura de São Luis) e os jornais *O Estado do Maranhão*, *O Imparcial* e *Jornal Pequeno*, investigando a relação entre propriedade dos veículos de comunicação por políticos e a influência do Poder Público na construção da realidade dos jornais.

Para tanto, os autores utilizam-se dos conceitos de Sociedade Civil proposto por Antônio Gramsci, relação entre consumo e cidadania e dados socioeconômicos e políticos da cidade de São Luis. A metodologia utilizada é análise de conteúdo, apresentando uma análise quantitativa e qualitativa. Os autores elencam que as notícias são um resultado da interação de diversos agentes como sociedade, repórter, empresas de comunicação, assessorias, etc, ou seja, relações de poder contribuem para enquadrar as notícias. Na conclusão é notado que os jornais analisados possuem a interferência do Poder Público, no entanto, na maioria das vezes, sem mediação, ficando as notícias reprodução de *releases* de tais instituições, ou seja, a construção da realidade é realizada por meio das Assessorias de Imprensa e não propriamente pelos jornalistas dos veículos.

O artigo “Jornalismo em *blogs*: opinião, imparcialidade e a conquista de poder”, escrito pela jornalista e mestranda em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, Eveline Gonçalves Leal, explica que jornalistas e grandes empresas estão utilizando o meio *online* (*blogs*, redes sociais, etc) como ampliação da atuação profissional, exercendo poder sobre o público que muitas vezes não tem o entendimento real sobre os discursos e interesses que circulam em tais ambientes. Nesse sentido, entende-se que o poder dos novos meios de comunicação através da Internet tem atraído às empresas e grandes conglomerados de mídia.

Sendo assim, podem afetar o conteúdo do veículo de forma direta ou indiretamente, limitando a liberdade de expressão dos jornalistas e até manipulando o leitor. Ao citar Dijk (2010), a autora evidencia que se antes, o poder estava relacionado a divisão de classes sociais e meios de produção, hoje ele está relacionado ao controle da mente das massas, o que requer um controle sobre o discurso político. Assim, um blog de sucesso perpassa as relações de poder, sendo necessário legitimar conteúdos, construir reputação e relações de confiança.

Já o artigo “O quinto ‘poder’: conceituação, origem e objetividade da contrainformação”, desenvolvido pela professora do Grupo Educacional Opet e doutoranda em Comunicação e Linguagem, Carla Candida Rizzotto, discute as relações

comunicacionais, os efeitos e os contratos comunicacionais do “quinto poder” ou *media criticism* em comparação com o “quarto poder” detido pela mídia. A autora esclarece que a mídia é considerada por alguns como “quarto poder” uma vez que representa na democracia, um recurso do público contra os abusos dos poderes tradicionais. No entanto, os meios de comunicação estão perdendo essa função e transformando-se em representantes políticos e econômicos, detendo às vezes poderes maiores que o do Estado e como já trabalhado nos outros artigos, deixando tais grupos influenciarem no conteúdo jornalístico.

A autora explica que para conter o abuso dos grandes conglomerados de comunicação, o seu superpoder, surge o “quinto poder”. A mídia deve ser vista com um olhar crítico. A autora explica que um dos representantes do ‘quinto poder’ são os observatórios de mídia como o Observatório de Imprensa, criado na década de 1990, que critica os abusos e deslizes da mídia. A autora defende que o público é passivo, o que se torna um problema, uma vez que lê os meios de comunicação a partir do olhar dos jornalistas, que muitas vezes são fadados por interesses econômicos e políticos manipulando a informação. Sendo assim, os observatórios de mídia, observam por meio de uma leitura crítica os fatos mediados pelo *mass media*.

3.2. Intercom nacional

Nos últimos três anos foram encontrados nove artigos onde, de alguma forma, relações de poder se explicitam. No trabalho “A Grande Imprensa e o Poder: A Construção Social da Realidade no Embate Globo X Record”, o jornalista, professor, editor-apresentador da TV Santa Cruz (Afiliada Rede Globo), e mestrando em Cultura e Turismo, Lauro Almeida de Moraes, trabalha o embate entre as redes de televisão Globo e Record, considerada as duas maiores do país. Os conflitos, expressos na época, especialmente via telejornalismo, traziam à tona uma questão histórica, analisada pelos autores através de teorias da Sociologia da Comunicação e Análise de Conteúdo. O trabalho observou que a contraposição entre ambas estava diretamente ligada a aspectos na esfera do poder do que mais propriamente pela busca de uma informação democratizada.

Em “Violência E Tradição: Os Líderes De Opinião Midiáticos No Telejornalismo Opinativo Regional”, o mestrando do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal do Paraná, Hendryo André e seu orientador, professor João Somma Neto, abordam a possibilidade de que os âncoras de telejornais, tidos, segundo eles, como formadores de opinião em estudos funcionalistas, pudessem adquirir

características de líderes de opinião dentro do contexto da *folkcomunicação*. O trabalho, através de algumas apropriações da sociologia do conhecimento, tratou de levantar hipóteses sobre como o interlocutor, ao se utilizar de temáticas como violência urbana, estabelecia com o público um processo de confiança, uma relação de poder.

No trabalho sobre “Dinâmica do Texto Jornalístico: Montagem das Imagens Fotojornalísticas e Discursos de Poder.”, Laís Santoyo Lopes, mestranda do curso de Comunicação e Semiótica da PUC-SP, propõe-se a investigar se a montagem fotojornalística pode alterar as formas de compreensão de um texto jornalístico a ponto de que o receptor pudesse construir visibilidades alternativas, questionando a própria natureza do conhecimento. Nesse caso, as relações de poder partem de que no fotojornalismo o dispositivo de poder atua na organização da visualidade, conferindo significado e construindo uma ideologia.

No texto “A Dona sem Voz: Uma análise da reportagem “Furacão Dilma” feita pela Revista Poder Joyce Pascowitch”, as autoras Cláudia Bardal Sória, doutoranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e Sâmela Soraia Sartin, mestra e coordenadora do Curso de Sistemas de Informação do Centro Universitário Várzea Grande (UNIVAG), utilizam-se da análise de discurso para compreender como a identidade da presidente Dilma Rousseff foi criada para a reportagem de capa Senhora do Destino, da revista Joyce Pascowitch.

Segundo os autores era claro no momento que não havia envolvimento da personagem principal na construção do perfil, uma vez que não houve menção à entrevista feita pela jornalista Inês Graçoni com a chefe de Estado. As autoras se utilizam da reportagem da revista, através da seleção de partes compositivas e expressões do texto que consideraram passíveis de análise mais contextualizada ao momento político pelo qual o Brasil passava no início da segunda década do século XXI. A análise de discurso foi utilizada para que se tentasse descobrir o que o enunciado da revista realmente quis dizer e em qual contexto.

No trabalho “Entre a audiência e o sensacionalismo: a violência simbólica no campo das produções jornalísticas sob a ótica de Pierre Bourdieu”, Viviane da Silva Mendes, mestranda em Comunicação na Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, bolsista CAPES e jornalista pós-graduada em Comunicação Televisiva e Carlos Jorge Barros Monteiro, jornalista, professor, coordenador do curso de Comunicação Social na Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo e doutorando em Comunicação e TV Digital na

Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, utilizam-se da ótica de Pierre Bourdieu para caracterizar o sistema simbólico responsável pela definição de padrões de convivência definidos através de um conjunto de valores, crenças, rituais e métodos institucionais no campo jornalístico. Desta forma os autores selecionam algumas propriedades como fato, oferta, tempo de produção, relação entre profissionais, ética jornalística e manipulação de informações para que pudessem ser correlacionados a tais relações simbólicas.

Em “Jornal Meridional - Telejornalismo inovador e criativo como forma de enfrentar a censura editorial dos governos militares no Brasil pós-64”, Flávio Porcello, jornalista, doutor em Comunicação Social e professor do PPG em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), examina as tentativas de linguagem verbal e não verbal do telejornalismo no período pós-golpe militar de 64. O objeto de estudo deste trabalho é a experiência regional do Jornal Meridional, exibido de maio de 1986 a junho de 1987, na TV Pampa de Porto Alegre, RS. O autor utilizou como método Hermenêutica de Profundidade (HP), de John Thompson, que permite a interpretação e reinterpretação dos fatos. Ele considerou os 13 meses de experiência bem-sucedidos, sendo um esforço profissional do jornalismo em reagir aos anos em que foi cerceado pelos governos militares e seus apoiadores na sociedade civil, como a imprensa conservadora.

No trabalho “Imprensa, poder e censura na história do jornalismo brasileiro - um século de mandos e desmandos”, Marta E. G. Scherer, doutora em Literatura, jornalista e pesquisadora do grupo de pesquisa CNPq “A crônica brasileira: dilemas, paradoxos e soluções de um gênero moderno”, vinculado à Universidade Federal do Amazonas, apresenta um panorama da relação entre censura, jornalismo e autoridade durante a instalação e consolidação da imprensa brasileira. O artigo busca compreender as estratégias de manutenção do poder com fins de cerceamento da liberdade de expressão através das práticas de censura as quais, segundo ele, os jornais são recorrentemente submetidos ainda hoje.

Em “A Influência do Telejornalismo na Construção Social da Realidade: O Poder da Mídia na Definição da Realidade e a Contribuição da Coprodução”, Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior, professor doutor do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Fabiana Cardoso de Siqueira, doutora em Comunicação e Heitor Costa Lima da Rocha, professor doutor do programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), visam

discutir sobre o papel central e estratégico que o telejornalismo desempenha no processo de construção social da realidade, ao mediar e articular a discussão pública sobre as questões de interesse coletivo, levando em conta as transformações que ocorrem com a “participação” dos coprodutores nos processos produtivos. Nesse caso, os autores consideram como coprodutores pessoas de várias profissões, que não possuem a função de captar imagens, mas que o fazem, em algum momento, com as mais diferentes finalidades, e muitas dessas cenas acabam sendo processadas e editadas pelos jornalistas para exibição nos telejornais.

No último artigo analisado, “O papel da imprensa no projeto de distensão política: uma análise da série jornalística ‘Assim vivem os nossos superfuncionários’, de *O Estado de S. Paulo*”, Márcio de Souza Castilho, professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do programa de Pós-Graduação em Média e Cotidiano na mesma instituição e doutor em Comunicação e Cultura, discute a atuação dos meios de comunicação no processo de abertura política promovido pelo presidente Ernesto Geisel (1974-1978). Para que o trabalho fosse executado, houve análise da série de reportagens “Assim vivem os superfuncionários”, publicadas de 1 a 4 de agosto de 1976, pelo *O Estado de S. Paulo*. Nesse trabalho são revelados os privilégios e os limites entre o público e o privado no uso do dinheiro público por parte de ministros e funcionários do alto escalão em Brasília e em estados da Federação.

4. Considerações finais

Os conceitos sobre poder, mencionados neste trabalho, mostram que as relações podem acontecer em nível de indivíduo ou de instituições. No caso dos artigos analisados nos Congressos da Intercom e SBPJor, para essa pesquisa, nos últimos três anos, é possível perceber que, em sua totalidade, há predominância das relações de poder em nível institucional, envolvendo empresas midiáticas e sistemas políticos e econômicos.

Esta situação, talvez, tenha se dado devido a escolha do Grupo de Trabalho (GT) para análise nas pesquisas realizadas nos artigos advindos da Intercom- grupos ligados ao Jornalismo - e também à essência dos trabalhos da SBPJor. Nesses casos, instituições midiáticas, como as de jornalismo impresso, revistas, internet e telejornalismo, e suas relações com os públicos e o governo são peças centrais dos estudos. Em trabalhos com outros enfoques, as relações de poder em nível de indivíduo poderiam ser melhor visualizadas.

Tomando como pressuposto que todos os artigos analisados neste estudo relatam, de alguma forma, relações de poder que se estabelecem - seja através do discurso de seus interlocutores, de sistemas de normas e regras, de posições sociais ou imposições históricas e culturais - e que, em todos os trabalhos, a mídia, em suas diversas nuances, funciona como interface de tais processos comunicacionais, pode-se concluir que há, cada vez mais, espaço para que tais relações sejam exploradas nas pesquisas realizadas no âmbito da Comunicação Social, especialmente do Jornalismo.

Outra situação que chama atenção e, ao mesmo tempo, contribuiu para a confirmação de tais resultados, é a variedade de Universidades, Faculdades e Centros Universitários envolvidos nesta linha de estudos e níveis de formação dos autores, que vão de graduados, passando por mestres e doutores, muitos deles profissionais da área acadêmica e também do mercado de jornalismo.

A linha específica sobre Comunicação e Poder, oferecida pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, é um indício de que tais relações estão cada vez mais presentes na sociedade, cabendo aos pesquisadores trazê-las à tona de forma mais explícita e questionadora.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **As três faces do quarto poder**. In *Mídia, representação e Democracia*. São Paulo: Hucitec, 2010.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. Qual o poder da mídia? **Observatório da Imprensa**, 07 jun. 2014. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed782_qual_o_poder_da_midia. Acesso em 06 de jun. 2014.

ANDRÉ, Hendry; NETO, João Soma. *Violência E Tradição: Os Líderes De Opinião Midiáticos No Telejornalismo Opinativo Regional*. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife, set. 2011. Disponível em: < <http://intercom.org.br/livroprograma2011.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos** – Uma Ótica do Marketing e do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

BOTTOMORE, Tom; OUTHWAITE William. **Dicionário do pensamento social do Século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

CASTILHO, Márcio de Souza. O papel da imprensa no projeto de distensão política: uma análise da série jornalística ‘Assim vivem os nossos superfuncionários’, de *O Estado de S. Paulo*. **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, set. 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/livroprograma2013.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014

FOUCAULT, Michael. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução: Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2003.

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de filosofia**. 4 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

JOHSON, A. G., **Dicionário de sociologia**. Ed. Zahar, Rio de Janeiro, 1995.

JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu Pereira; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de; ROCHA, Heitor Costa Lima da. A Influência do Telejornalismo na Construção Social da Realidade: O Poder da Mídia na Definição da Realidade e a Contribuição da Coprodução. **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, set. 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1433-1.pdf>>. Acesso em 06 jun. 2014

JÚNIOR, José Ferreira; QUEIROZ, Mariana Apocalypse Eça de Queiroz. A influência do Poder Público no jornalismo impresso maranhense. **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, nov. 2011. Disponível em: < http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/1encontrojovens/P_31.pdf >. Acesso em 06 jun. 2014.

LEAL, Eveline Gonçalves. Jornalismo em *blogs*: opinião, imparcialidade e a conquista de poder. **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, nov. 2011. Disponível em: < http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/9encontro/CL_55.pdf>. Acesso em 06 jun. 2014.

LOPES, Laís Santoyo. Dinâmica do Texto Jornalístico: Montagem das Imagens Fotojornalísticas e Discursos de Poder. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife, set. 2011. Disponível em: < <http://intercom.org.br/livroprograma2011.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014.

MACHADO, Roberto. Uma Genealogia do Poder. In: FOUCAULT, Michael. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2003. Introdução, pg VII a XXIII.

MENDES, Viviane da Silva; MONTEIRO, Carlos José Barros. Entre a audiência e o sensacionalismo: a violência simbólica no campo das produções jornalísticas sob a ótica de Pierre Bourdieu. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, set. 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0915-1.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014

MORAES, Lauro Almeida de. Grande Imprensa e o Poder: A Construção Social da Realidade no Embate Globo X Record. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife, set. 2011. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1504-1.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014.

NETO, Francisco de Paulo Melo. **Criatividade em Eventos**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2005.

OJEDA, Beatriz Sebben. **A Tecetura das Relações Saber-Poder em Saúde**: Matizes de Saberes e Verdades. Porto Alegre, 2004.

PORCELLO, Flávio A.C. Jornal Meridional - Telejornalismo inovador e criativo como forma de enfrentar a censura editorial dos governos militares no Brasil pós-64. **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, set. 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1201-1.pdf>>. Acesso em 06 jun. 2014

RIZZOTO, Carla Cândida. O “quinto poder”: conceituação, origem e objetivos da contra-informação. **10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Curitiba, nov. 2012. Disponível em: < <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1507/66>>. Acesso em 06 jun. 2014.

SARTIN; Sâmela Soraia; SÓRIA, Cláudia Bardal. A Dona sem Voz: Uma análise da reportagem “Furacão Dilma” feita pela Revista Poder Joyce Pascowitch. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, set. 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/livroprograma2012.pdf> >. Acesso em 06 jun. 2014

SAVENHAGO, Igor José Siquieri. Jornalismo, liberdade e imprensa regional: informar é (im)preciso. **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, nov. 2011. Disponível em: < http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/9encontro/CC_24.pdf >. Acesso em 06 jun. 2014.

SCHERER, Marta E. G. Imprensa, poder e censura na história do jornalismo brasileiro – um século de mandos e desmandos. **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, set. 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2013/resumos/R8-1259-2.pdf>>. Acesso em 06 jun. 2014