

ANALÍTICA DO PODER NO DISCURSO JORNALÍSTICO

Ângela Teixeira de MORAES¹
Agostinho Potenciano de SOUZA²

Neste estudo bibliográfico procuramos compreender o poder no jornalismo, partindo de uma análise histórica que fixou a expressão “quarto poder” para se referir à mídia como instituição que compete com os três poderes característicos dos Estados modernos. Em seguida, buscamos atualizar o conceito de poder percorrendo as contribuições teóricas de autores que localizam esse tema no jornalismo, tais como os sociólogos Lippman, Traquina e Thompson, e os analistas do discurso Van Dijk e Foucault. Ou seja, partimos das análises macrossociológicas do poder, em busca de uma dimensão microfísica, associada à construção de saberes. Defendemos que o poder não é localizado em pessoas ou instituições; ele só existe nas relações entre sujeitos e materializado em discursos. Neste sentido, não podemos afirmar que o jornalismo tem ou não tem poder, nem que ele deva ser concorrente dos três poderes instituídos pelos estados modernos. Abdicamos, também, de se considerar a mídia como manipuladora por excelência e os sujeitos receptores como criaturas indefesas. O poder da mídia está na forma como ela constrói seu discurso a partir de um saber sobre a realidade, saber este construído historicamente, e se manifesta na forma como os jornalistas captam, tratam, relatam e comentam os acontecimentos. É um saber tensionado por ações de diferentes agentes sociais com os quais lidam as organizações jornalísticas. A mídia tem, porém, poder diferencial de dar mais visibilidade a uns saberes que outros e de agendar o debate público.

Palavras-chave: poder, discurso, jornalismo, Foucault

¹ Professora da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da UFG.

² Professor Doutor da Faculdade de Letras da UFG, orientador deste trabalho.