

Estudos Críticos do Discurso: poder e abuso de poder na imprensa

Critical Discourse Studies: power and abuse of power in the press

Veronica del Pilar Proaño Carrazzoni
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Resumo

Neste artigo, discutimos sobre as categorias sociais, poder e dominação, dentro do quadro da Análise Crítica do Discurso (ACD) (FAIRCLOUGH, 2001; PEDROSA, 2005, MEURER, 2005; RESENDE; RAMALHO, 2014), bem como poder e abuso de poder, no marco sociocognitivo dos Estudos Críticos do Discurso (ECD) (CÁRDENAS, 2018; VAN DIJK, 2008, 2012, 2015, 2016). Na segunda perspectiva, abordamos ainda as cognições sociais, conhecimento e ideologia. Tais elementos foram profícuos na construção da metodologia de análise do discurso jornalístico, na nossa tese de doutorado “Poder e desigualdade: a representação dos pescadores e pescadoras artesanais nas notícias do Jornal do Commercio” (FOX, 2021). Com base neles, refletimos aqui sobre o papel que o discurso dos meios de comunicação de massa e dos próprios jornalistas tem na (re)produção de formas abusivas de poder. Em uma instância maior, buscamos contribuir com pesquisadores de filosofia e outras ciências, que estão iniciando sua trajetória no campo dos estudos do discurso.

Palavras-chave: Análise Crítica do Discurso. Teoria Social Cognitiva. Cognições Sociais. Jornalismo.

Abstract

In this article, we discuss social categories such as power and domination, within the framework of Critical Discourse Analysis (CDA) (FAIRCLOUGH, 2001; PEDROSA, 2005, MEURER, 2005; RESENDE; RAMALHO, 2014), as well as power and abuse of power, in the sociocognitive framework of Critical Discourse Studies (CDS) (CÁRDENAS, 2018; VAN DIJK, 2008, 2012, 2015, 2016). In the second perspective, we also approach social cognitions, knowledge and ideology. Such elements were useful in the methodology construction for analyzing journalistic discourse, in our doctoral theses “Power and inequality: the representation of artisanal fishermen and fisherwomen in the news coverage of Jornal do Commercio” (FOX, 2021). Based on them, we reflect on the role mass media discourse and journalists themselves have in the (re)production of abusive forms of power. In a larger instance, we seek to contribute with philosophy and other sciences researchers, who are beginning their trajectory in the field of discourse studies.

Keywords: Critical Discourse Analysis. Social Cognitive Theory. Social Cognitions. Journalism.

Informações do artigo

Submetido em 23/02/2022
Aprovado em 27/03/2022
Publicado em 29/04/2022.

 <https://doi.org/10.25247/P1982-999X.2022.v22n1.p117-151>



Esta obra está licenciada sob uma licença [Creative Commons CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Como ser citado (modelo ABNT)

CARRAZZONI, Veronica del Pilar Proaño. Estudos Críticos do Discurso: poder e abuso de poder na imprensa. *Ágora Filosófica*, Recife, v. 22, n. 1, p. 117-151, jan./abr. 2022.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo é baseado em algumas partes da nossa tese de doutorado “Poder e desigualdade: a representação dos pescadores e pescadoras artesanais nas notícias do Jornal do Commercio ” (FOX, 2021). Com caráter transdisciplinar, nosso Estudo Crítico do Discurso (ECD) se centrou na investigação de estratégias de representação do referido grupo social, nas notícias do JC, entre 2011 e 2018. Especialmente aquelas que podem construir uma imagem negativa, estereotipada ou ideologicamente tendenciosa dos(as) pescadores(as) e, conseqüentemente, contribuir para a desigualdade, injustiça social, violência simbólica e violação dos direitos do grupo.

Especificamente, tratamos aqui sobre categorias sociais que contribuíram na construção da nossa metodologia de análise de notícias, dentre elas, poder e dominação, no marco teórico da Análise Crítica do Discurso (ACD), e poder e abuso de poder, na linha sociocognitiva dos ECD. Na segunda perspectiva, abordamos ainda as cognições sociais, conhecimento e ideologia. Tais elementos foram profícuos na construção da metodologia de análise do discurso jornalístico, na nossa tese. Consideramos que apesar desses enfoques envolverem “raciocínios e interesses díspares, os complementamos e colocamos em diálogo, para conseguir uma aproximação interdisciplinar”. (CÁRDENAS, 2018, p. 4).

Tal abordagem nos permite refletir sobre o papel que os meios de comunicação de massa e os próprios jornalistas têm na (re)produção de formas abusivas de poder, no discurso midiático. Fazemos isso, mantendo em perspectiva alguns aspectos que discutimos ao longo deste trabalho: i) que os veículos de comunicação são empresas e como tais se regem por leis de mercado, cuidam de seus próprios e interesses e visam lucro (DE LA FUENTE, 2006; FOX, 2021); ii) que devido ao papel fundamental do discurso na constituição/construção da realidade, os meios massivos acabam sendo uma importante fonte de conhecimento (TUCHMAN, 1983; VAN DIJK, 1997), o que potencializa o poder e influência do seu discurso; iii) que as formas “como atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos ideológicos em relação a eles e suas atividades” (RESENDE; RAMALHO, 2014, p. 106) e os gêneros jornalísticos não fogem a essa regra; e iv) que quando se trata de assuntos étnicos ou referentes a grupos minoritários, “o papel da mídia [...] é crucial, por ter uma natureza tanto ideológica como estrutural” (VAN DIJK, 2003a, 232-233).

São esses dados que nos interessam sobremaneira, pois consideramos que a dominação comunicativa resulta em controle social e cognitivo da sociedade, em geral, e desigualdade e exclusão social de grupos marginalizados, a exemplo dos(as) pescadores(as) artesanais e outras minorias, em particular. Em uma instância maior, esta tessitura teórica visa contribuir com pesquisadores da área de filosofia e de outras ciências, que estão iniciando seu percurso nos Estudos Críticos do Discurso, envolvendo o domínio jornalístico ou outros discursos de poder.

2 A DIMENSÃO DO PODER NA ACD

A dimensão de poder tem sido amplamente estudada, discutida e usada nas ciências humanas e sociais e a análise do discurso não foge a esse debate. Embora “complexa” e “vaga”, como o próprio Van Dijk (2015, p. 10-13) a define, a noção de poder é essencial em estudos com foco filosófico, linguístico, discursivo e de comunicação. Não é por acaso que Foucault¹ se debruça sobre o conceito, no campo filosófico-discursivo, e seus trabalhos arqueológicos e genealógicos influenciam os analistas do discurso, especialmente aqueles que trabalham com a Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO).

No livro “A identidade cultural na pós-modernidade”, Stuart Hall² comenta que Foucault traz à tona uma nova visão de poder: um *poder disciplinar e violento* que se preocupa com “a regulação, a vigilância, é o governo da espécie humana [...], do indivíduo e do corpo”. (HALL, 2014, p. 42, grifos nossos). O local do poder, para o filósofo francês, estaria nas instituições “que ‘policiam’ e disciplinam as populações modernas – oficinas, quartéis, escolas, prisões, hospitais, clínicas”. (HALL, 2014, p. 42).

Ainda se remetendo a Foucault, Hall (2014, p. 42) diz que o objetivo básico do poder “consiste em produzir um ‘ser humano que possa ser tratado como corpo dócil’”. Um corpo que se submete e obedece à vigilância, ao isolamento e à individualização imposta pelas instituições da modernidade tardia (HALL, 2014). Segundo Foucault

¹ Michel Foucault (1926 – 1984) é um filósofo, teórico social, filólogo, crítico literário e professor do Collège de France, entre 1970 e 1984. Ele estuda a relação entre poder e conhecimento e como estes são usados para o controle social, por meio das instituições. Considerado por muitos como pós-estruturalista e pós-modernista, Foucault prefere classificar seu pensamento na história crítica da modernidade.

² Stuart Hall (1932 – 2014) é um sociólogo jamaicano e um dos principais referentes dos Estudos Culturais.

(*apud* FAIRCLOUGH, 2001, p. 75), esse poder somente pode ser tolerado “na condição de que mascare uma grande parte de si mesmo. Seu sucesso é proporcional à sua habilidade para esconder seus próprios mecanismos”.

Na ADTO, a teoria foucaultiana de discurso é posta em funcionamento ao ser agregada a uma perspectiva linguística. Fairclough³ (2001, p. 24, grifo nosso) menciona, por exemplo, a relevância das “tecnologias em formas modernas de poder” e como estas se manifestam na linguagem. Ou seja, a linguagem pode ser uma forma de dominação e de força social, que serve para legitimar relações de poder estabelecidas institucionalmente.

Outro aspecto que o linguista inglês e pesquisadores da ADTO incorporam das reflexões foucaultianas é o *poder constitutivo do discurso*, “porque, por meio dele, os indivíduos constroem ou criam realidades sociais”. (MEURER, 2005, p 80). Assim, segundo Fairclough (*apud* MEURER, 2005, p. 82), “a linguagem, em suas diferentes manifestações discursivas [...] cria, reforça ou desafia: a) formas de conhecimentos ou crenças, b) relações sociais, e c) identidades ou posições sociais”. Em outras palavras, *o discurso é socialmente construtivo*, tendo o poder de constituir “os sujeitos sociais, as relações sociais e os sistemas de conhecimento e crenças”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 58). Esse poder é explicado pelo autor da seguinte forma:

Os discursos não apenas refletem ou representam entidades e relações sociais, *elas as constroem ou as ‘constituem’*; diferentes discursos constituem ‘entidades-chave’ (sejam elas ‘doença mental’, a ‘cidadania’ ou o ‘letramento’) de diferentes modos e posicionam as pessoas de diversas maneiras como sujeitos sociais (por exemplo, como médicos ou pacientes), e são esses efeitos sociais do discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 22, grifos nossos).

Trazendo essa reflexão para nossa pesquisa de doutorado, compreendemos que o domínio jornalístico⁴, assim como acadêmico, governamental, empresarial, religioso etc., têm o poder de construir e constituir os(as) pescadores(as) artesanais, representando o grupo de diversas maneiras, desempenhando certos papéis, ocupando determinados espaços e lugares. Obviamente, isso tem efeitos na

³ Norman Fairclough (1941) é um linguista britânico, professor emérito na Universidade de Lancaster. É considerado um dos pioneiros da Análise Crítica Do Discurso.

⁴ Com base em Marcuschi (2002), usamos o termo “domínio” para nos referir a uma esfera, um campo de produção discursiva ou de atividade humana. Falamos em *domínio jornalístico*, pois essa atividade não abrange um gênero em particular, mas origina vários deles. Usamos como sinônimo “discurso jornalístico”, pois ambos os conceitos se referem a uma prática discursiva com gêneros que lhe são próprios.

sociedade, em geral, e na mente das pessoas, em particular. O mesmo pode ser dito de outras minorias, como pessoas em situação de rua, mulheres, imigrantes, povos indígenas, grupos LGBTQUIA+ etc.

Além disso, a ADTO incorpora do trabalho de Foucault a ideia da natureza discursiva do poder, que se manifesta nas práticas e nas técnicas “do biopoder moderno (por exemplo, o exame e a confissão)”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 81). Outro ponto que essa abordagem absorve da obra foucaultiana é a natureza política do discurso (FAIRCLOUGH, 2001). Isso porque, em geral, o poder é classificado e expresso na linguagem, manifestando-se de acordo com “os usos que as pessoas fazem da linguagem e suas competências para tanto. Ele pode ser [...] negociado ou mesmo disputado”. (PEDROSA, 2005, p. 3).

Ou seja, no sentido foucaultiano, o discurso é um *lugar de poder*. É por meio dele que grupos exercem o poder, mas é também *nele* que se disputa o poder, como Fairclough (2001, p. 82) explica: “a luta por poder ocorre tanto no discurso quanto subjacente a ele”. Na relação *linguagem e poder*, Foucault (2014, p. 10) observa que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta, o poder do qual queremos nos apoderar”. Wodak também aborda essa percepção do poder no discurso:

Nos textos, as diferenças discursivas se negociam. Estão regidas por diferenças de poder que se encontram, por sua vez, parcialmente codificadas no discurso e determinadas por ele e pela variedade discursiva. Como consequência, os textos são com frequência arenas de combate que mostram as pistas dos discursos e das ideologias encontradas que contenderam e batalharam pelo domínio. (WODAK *apud* PEDROSA, 2005, p. 3).

Embora *o poder se situe na dimensão social e não se origine na linguagem*, Wodak (*apud* PEDROSA, 2005, p. 3, grifo nosso) esclarece que a linguagem pode valer-se do próprio poder para “desafiá-lo ou, mesmo, subvertê-lo, alterando-lhe as distribuições [...]. O poder não somente se efetiva no interior do texto [...], mas, também, *no controle que uma pessoa é capaz de exercer sobre uma situação social, através do texto*”. Esse controle social também pode ser exercido por instituições de poder, como a imprensa⁵, em relação aos mais variados tópicos e grupos sociais. Em seu artigo sobre como a abordagem da Revista Veja do tema “homossexualidade”

⁵ Sendo “imprensa” a designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem o jornalismo, usamos como sinônimos desse termo: “meios de comunicação de massa”, “meios”, “meios massivos”, “mídia”, “mídias”, “meios de comunicação”, “veículos”, “veículos de comunicação”.

contribui para o preconceito contra pessoas com essa orientação sexual, Ramires e Fraga (2015, p. 72) destacam que a maneira “como os discursos são apresentados, materializam e naturalizam formas de controle do poder social – controle de um grupo sobre outros grupos e seus membros”.

Esse argumento também sugere que o poder do discurso nasce no âmbito das relações sociais estabelecidas nas práticas sociais. Instituições e sujeitos poderosos se valem da linguagem para exercer o poder. É por isso que Fairclough (2001, p. 58) frisa que a ACD não se preocupa somente com as relações de poder no discurso, “mas também com a maneira como as relações de poder e a luta de poder moldam e transformam as práticas discursivas de uma sociedade ou instituição”.

Fairclough (2001, p. 28) também concebe que as práticas sociais são atravessadas por relações ideológicas de poder e hegemonia, “no sentido de um modo de dominação que se baseia em alianças, na incorporação de grupos subordinados e na geração de consentimento”. Para o pensador, as hegemonias “em organizações e instituições particulares, e no nível societário, são produzidas, reproduzidas, contestadas e transformadas no discurso”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 28).

Outro aspecto relevante é que sempre há um poder social que se deriva de uma *ordem do discurso*. Ou seja, o discurso institucional está na ordem das leis e, portanto, todo poder advém dessa ordem discursiva. (FOUCAULT, 2014, p. 7). Com base em Fairclough (2003), Pedrosa (2005, p. 3) explica que essa noção se refere ao aspecto semiótico de uma ordem social, sendo “uma maneira em que as diferentes variedades discursivas e os diferentes tipos de discurso são postos juntos na rede”. Magalhães *et al.*, (2017, p. 41) consideram que o conceito diz respeito ao conjunto “de práticas discursivas no âmbito de uma instituição ou de uma sociedade e o relacionamento entre elas”.

Fairclough (2001) considera ainda que a linguagem é *ação social* e, portanto, tem o *poder de intervenção sobre a estrutura social*, na medida em que constitui o mundo em significado, conforme explica o autor ao conceituar o termo discurso: “Proponho considerar o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90- 91). Assim, o discurso é “uma forma que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90-91).

É por isso que uma das preocupações centrais da ACD “é investigar como a linguagem é usada para manter ou desafiar tais relações no mundo contemporâneo”. Para Fairclough e Wodak (*apud* MEURER, 2005, p. 82), “as formas de poder se articulam com trabalho ideológico”. Portanto, quando se analisa um discurso, é indicado enfatizar a interligação entre *ideologia, poder e discurso*, “considerando que geralmente um está a serviço do outro nos mais variados textos e nas mais variadas práticas sociais”. (MEURER, 2005, p. 83).

3 ABUSO DE PODER NOS ECD

Na América Latina é necessário desenvolver cada vez mais estudos não neutros, mas comprometidos “com um engajamento em favor de grupos dominados na sociedade”. (VAN DIJK, 2015, p. 15). Para Boaventura de Sousa Santos (2002), o modelo de desenvolvimento socioeconômico adotado em grande parte do planeta e nos países latino-americanos tem como base a racionalidade ocidental dominante, que está no poder há pelos menos duzentos anos, sendo fundamentada em uma “razão indolente”.

Tal indolência se (re)produz em um discurso perverso de globalização neoliberal, cujo fundamento é o capitalismo global, naturalizado como única solução viável para a construção e avanço da humanidade. A razão indolente desconsidera alternativas sociopolíticas que, além de combater o desperdício da experiência social (por exemplo, de culturas tradicionais), lutam contra a exclusão e discriminação⁶. (SANTOS, 2002).

Nessa conjuntura, uma importante estratégia de resistência dos ECD tem afetado “o centro das ideologias e práticas neoliberais: o lucro”. (VAN DIJK, 2015, p. 36). A disciplina se configura como uma potente ferramenta para desvendar, denunciar e, principalmente, desnaturalizar problemas de “desigualdade social, da dominação e de fenômenos relacionados, em geral”, bem como “o papel do discurso, do uso linguístico ou da comunicação em tais fenômenos, em particular”. (VAN DIJK, 2015, p. 15).

O posicionamento político e a multidisciplinaridade dos ECD, nos possibilitaram evidenciar na nossa tese injustiças cometidas contra os(as) pescadores(as)

⁶ Com base em Leibniz, Santos propõe uma *racionalidade cosmopolita*. Santos (2002).

artesanais a nível macro, isto é, na dimensão do contexto cultural, sociopolítico, histórico e econômico, e relacioná-las à produção do discurso jornalístico que, a nível micro, reproduz práticas sociais iníquas nas notícias (FOX, 2021). Assim, investigar propriedades do discurso e como estas “se relacionam a algo tão abstrato e geral como as relações de poder na sociedade” (VAN DIJK, 2015, p. 9) está no coração dos ECD.

Nesse sentido, a noção de poder é central para compreendermos “como as relações de poder são significadas, simbolizadas” (ORLANDI, 2005, p. 10) e, mais ainda, quais são as implicações dessas relações no âmbito social, tendo em vista que “muitos problemas fundamentais da sociedade podem ser estudados através de suas manifestações e reproduções no discurso, como no caso da pobreza” (VAN DIJK, 2003b, p. 10) e de outras mazelas sociais. Em uma instância maior é meta dos ECD “contribuir para uma mudança social específica em favor dos grupos dominados”. (VAN DIJK, 2015, p. 16).

Entretanto, na perspectiva sociocognitiva, o poder não é “ruim” por natureza, já que essa visão é tendenciosa e limitada. (VAN DIJK, 2015). Na opinião do linguista holandês, o poder pode ser usado inclusive “para muitos propósitos neutros ou positivos, como quando pais e professores educam crianças, a mídia nos informa, os políticos nos governam, a polícia nos protege e os médicos nos curam”. (VAN DIJK, 2015, p. 27). Mas, quando o poder é exercido por meio do discurso, da força física ou militar em benefício de um grupo e em detrimento de outros, ele é ilegítimo. (VAN DIJK, 2015).

Em termos gerais, o poder social de grupos, classes e organizações tem sido definido pelo “seu acesso preferencial a – ou controle sobre – *recursos materiais* específicos, tais como o capital ou a terra, *recursos simbólicos*, tais como o conhecimento, a educação ou a fama”. (VAN DIJK, 2015, p. 23). Isso quer dizer que muitas formas de poder podem ser definidas como *poder simbólico*, que envolve o “*acesso preferencial a – ou controle sobre – o discurso público*”. (VAN DIJK, 2015, p. 18, grifos nossos).

Esse tipo de poder é exercido por elites simbólicas⁷, dentre elas “políticos, jornalistas, escritores, professores, advogados, burocratas e todos os que têm acesso especial ao discurso público”. (VAN DIJK, 2015, p. 23). O poder simbólico desses

⁷ O termo “elite” tem o conceito ampliado da teoria sociocognitiva, que adota a noção de *elites simbólicas* (VAN DIJK, 2015).

grupos é derivado de outros tipos de poder. Por exemplo, os jornalistas que trabalham em veículos de comunicação têm certo controle e acesso ao discurso público, devido ao seu poder comunicativo. O mesmo pode ser dito de professores, devido aos seus recursos de conhecimento, e de políticos por conta do seu poder político. (VAN DIJK, 2015).

Tendo o poder dois lados, os ECD devem ter um “discernimento especial das estruturas sociais, em geral, e das relações de poder, em particular”. Somente assim, é possível “examinar o *abuso do poder*, como tal abuso pode prejudicar as pessoas, e como a desigualdade social pode ser produzida e reproduzida na vida cotidiana”. (VAN DIJK, 2015, p. 27). Trata-se de um aspecto nevrálgico que interliga as “complexas relações entre estrutura social e estrutura discursiva, bem como no modo como as estruturas discursivas podem variar ou ser influenciadas pela estrutura social”. (VAN DIJK, 2015, p. 13).

As relações de poder se manifestam tipicamente na interação. (VAN DIJK, 2015). Essa posição teórica advém de estudos interacionistas realizados na interseção entre psicologia social e análise do discurso (MCKINLAY; POTTER; WETHERELL, 1993). Nos ECD, essa visão dá um passo à frente ao considerar que tendo um grupo (A) poder sobre outro grupo (B), tal relação implica que o exercício desse poder se mostre na *ação de controle*, sendo que esse controle não acontece somente no âmbito social, mas também no cognitivo (VAN DIJK, 2015).

Van Dijk (2015, p. 41) explica essa relação da seguinte forma: “o controle social sobre B por meio das ações de A induz uma limitação no autocontrole de B. Em outras palavras, o exercício de poder por A resulta em uma limitação de liberdade de ação de B”. Isso significa que i) o poder social envolve controle, especificamente de um grupo de poder sobre outros grupos subalternos (PEDRO, 1998; VAN DIJK, 2015); ii) esse controle ocorre no campo social e também no cognitivo, sendo um *controle da mente* das pessoas e, conseqüentemente, das suas *ações* e dos seus “*desejos, planos, crenças*” (VAN DIJK, 2015, p. 41, grifos nossos); iii) se um grupo poderoso exerce um controle da mente das pessoas, isso afeta a própria mediação/interface cognitiva, porque limita e interfere na produção e compreensão do discurso. Conseqüentemente, dificulta a possibilidade de mudança social. (FOX, 2021).

Na perspectiva dos ECD, outros conceitos que se relacionam à dimensão do poder são “dominação”, “crítica” e “ideologia”. Por exemplo, um estudo do discurso é considerado “crítico” se satisfaz uma ou várias das premissas “em que *‘dominação’*

significa *abuso de poder social* por um grupo social”. (VAN DIJK, 2015, p. 15, grifos nossos). Dentre esses critérios, o autor aponta:

i) Relações de dominação são estudadas principalmente na perspectiva do grupo dominado e do seu interesse; ii) As experiências dos (membros de) grupos dominados são também usadas como evidências para avaliar o discurso dominante; iii) Pode ser mostrado que as ações discursivas do grupo dominante são ilegítimas; iv) Podem ser formuladas alternativas viáveis aos discursos dominantes que são compatíveis com os interesses dos grupos dominados. (VAN DIJK, 2015, p. 15).

Isso também significa que o *abuso de poder* se manifesta *em diversas formas de dominação*. Segundo Van Dijk (2015, p. 28, grifo nosso), a dominação se refere a “dimensão negativa de ‘abuso’ e, ainda, a dimensão de injustiça e desigualdade social, isto é, de *todas as formas ilegítimas de ação e de situações*”. Para exemplificar, podemos dizer que existe um “abuso de poder” quando professores se aproveitam do seu conhecimento e posição acadêmica para acossar, maltratar ou descartar alunos. Ou quando o governo brasileiro define políticas públicas que atendem aos interesses de grupos de elite, como os empreendimentos capitalistas aquícolas de grande porte, em detrimento de grupos minoritários, como as comunidades de pesca artesanal.

Ou seja, o abuso de poder é “*o uso ilegítimo do poder*”. (VAN DIJK, 2008, p. 29, grifo nosso). Um abuso que viola “normas e valores fundamentais no interesse daqueles que têm o poder e contra os interesses dos outros” (VAN DIJK, 2015, p. 29), sendo esses “Outros” minorias ou grupos em situação de desvantagem social. Os abusos de poder envolvem “a violação dos direitos sociais e civis das pessoas”. (VAN DIJK, 2008, p. 29).

Cabe pontuar que, na perspectiva sociocognitiva, os critérios do que é “legítimo” e “ilegítimo” são relativos, assim como as normas, os valores e o conhecimento. Isso porque estes “mudam historicamente e variam através das culturas – mesmo quando afirmamos cada vez mais que são ‘universais’”. (VAN DIJK, 2008, p. 29). É por isso que, em determinadas épocas, já houve abuso de um poder ilegítimo, como no caso da escravidão de pessoas negras, sustentado em normas, valores e conhecimentos considerados, na época e pela maioria, legítimos (VAN DIJK, 2021).

Esse é, portanto, o desafio dos ECD: identificar “o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político”. (VAN DIJK, 2015, p. 113).

Afinal, analisar um discurso nos permite mostrar que o mundo pode ser diferente e não tem que ser como é. Que realidades são construídas, mutáveis e não existem por natureza ou por essência, não são determinadas desde e para sempre (FOX, 2021).

3.1 A IMPRENSA E O ABUSO DE PODER

Historicamente, os meios de comunicação de massa vêm disputando com outras instituições de poder a dominação hegemônica “da construção de sentidos socialmente valorizados”. (POLITSCHUK; TRINTA, 2003, p. 147). Inclusive, se autodeclarando “representantes e intérpretes qualificados da opinião pública”. (POLITSCHUK; TRINTA, 2003, p. 147). Esse protagonismo está ligado à uma dupla mediação. Uma delas é a mediação do discurso político, pois, “a possibilidade de acesso público a um determinado discurso depende de sua veiculação na mídia”. (MIGUEL, 2001, p. 43). Ou, como Castells (1999, p. 367) observa, tudo o que fica de fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política e, em última instância, “a lógica e a organização da mídia [...] enquadram e estruturam a política”.

Por sua vez Van Dijk (2003a, p. 231) considera que “nenhuma elite de poder (nem o seu discurso), particularmente a política, poderia ser tão influente sem as funções da mediação e, em algumas ocasiões, de reforço, como a imprensa, o rádio e a televisão”. É evidente, portanto, que “o impacto político dos conteúdos que os meios de comunicação difundem não pode ser ignorado”. (MIGUEL, 2001, p. 44).

Uma segunda mediação é aquela que os meios massivos “estabelecem em relação à própria realidade”. (MIGUEL, 2001, p. 43-44). Ou seja, as representações da realidade estão bastante centradas na mídia e hoje, obviamente, em outras formas de (re)produção simbólica, como as mídias sociais e veículos digitais. Mas, são os meios massivos que têm um papel fundamental e uma incidência nas estruturas sociais, pois, além de estar fortemente associados às formações sociais e às instituições e grupos dominantes, exercem uma “influência estrutural sobre a conformação e a mudança do pensamento social”. (VAN DIJK, 2003a, p. 234).

Com o avanço da tecnologia, o alcance do discurso midiático tem se tornado tão abrangente que “influi de forma determinante na percepção e nas atitudes sobre o representado, corresponda ou não com a verdade”. (ZAMORA, 2016, p. 29; VAN DIJK, 1997). Isso porque a produção e distribuição de bens culturais de caráter simbólico vêm “experimentando uma evolução tão rápida e profunda nos últimos

tempos que têm se convertido em um dos motores mais importantes das mudanças sociais e econômicas no mundo”. (DE LA FUENTE, 2006, p. 99).

Na sua obra, Castells (1998) postula que vivemos na *Era da Informação* ou no *Modo Informacional de Desenvolvimento* caracterizado pelo enorme aumento do poder de influência da mídia. O discurso midiático incide “nas percepções que os receptores têm sobre os outros e o seu entorno”. (JIMÉNEZ, 2010, p. 2). Além disso, os meios massivos e mais especificamente a imprensa desenvolve um papel preponderante na difusão de representações devido ao seu alto grau de influência ideológica. (GIRÓ, 1999; JIMÉNEZ, 2010).

Para Van Dijk (2015, p. 73), “dentre todas as formas de texto impresso, as dos meios de comunicação de massa são as mais penetrantes, se não as mais influentes”. Estes cumprem cada vez mais “a função de atores políticos e se convertem em cenários de pugna ideológica”. (ZAMORA, 2016, p. 33). Também “desempenham um papel de ligação e mediação crítica na formação de opinião e na orquestração dessa opinião com as ações e perspectivas dos poderosos”. (HALL, 1999, p. 234). Nesse sentido, os meios massivos são primordiais “na conformação das cognições sociais do público geral, sem falar de outras elites de influência”. (VAN DIJK, 2005, p. 37).

No domínio midiático, podem ocorrer vários tipos de abuso de poder comunicativo, como a doutrinação, a desinformação e a manipulação. (VAN DIJK, 2008). A esse respeito, Pedro (1998, p. 26) observa que a publicidade, a mídia e o discurso público são exemplos paradigmáticos de como o poder usa formas muito eficazes de dominação, que se dão no âmbito da “persuasão, da dissimulação ou da manipulação [...]”. Estratégias que encontram na produção textual a melhor garantia dessa eficácia”.

O abuso de poder também pode ser exercido por meio do controle das condições de produção, distribuição e consumo do discurso. (VAN DIJK, 2015). Tendo em vista que os meios massivos e seus proprietários têm os requisitos financeiros, tecnológicos e simbólicos do discurso público, estes também controlam os padrões de acesso a esse espaço discursivo⁸. Van Dijk (2015, p. 50) nota, por exemplo, que “o acesso e a cobertura privilegiados (sejam negativos ou positivos) a respeito de protagonistas das notícias é um fator importante da reprodução do poder social a qual é mediada pelos meios de comunicação de massa”.

⁸ Sobre padrões de acesso ao discurso público ver Van Dijk (2015) e Falcone (2003). Estes envolvem planejamento, cenário, controle de eventos comunicativos, bem como alcance e controle da audiência.

Por outro lado, as formas de poder midiático, organizacional, acadêmico e de outros domínios são eficientes “se fornecem acesso especial aos meios de produção discursiva e, portanto, ao gerenciamento das mentes do público”. (VAN DIJK, 2015, p. 23). Desse modo, as instituições controlam o conteúdo do discurso público e, ainda, exercem controle do discurso dos grupos dominados, como Van Dijk (2015) explica:

[...] pessoas não são livres para falar ou escrever quando, onde, para quem, sobre o que ou como elas querem, mas são parcial ou totalmente controladas pelos outros poderosos, tais como o Estado, a polícia, a mídia ou uma empresa interessada na supressão da liberdade da escrita e da fala (tipicamente crítica). Ou, ao contrário, elas têm que falar ou escrever como são mandadas a falar ou escrever. (VAN DIJK, 2015, p. 18).

Na nossa tese, discorreremos sobre poder midiático do Grupo JCPM, ao qual o Jornal do Commercio pertence, e cujo discurso investigamos. Ligado às elites políticas e econômicas de Pernambuco, desde a sua fundação, o JC é uma “organização industrial e comercial que produz bens simbólicos (informação e entretenimento)” (BARROS, 2009, p. 108), tendo forte incidência na construção de conhecimento sobre tudo o que acontece em Pernambuco, bem como na configuração de interesses ideológicos, os quais são gerados, administrados e difundidos seguindo a racionalidade dos eixos comerciais do Grupo JCPM⁹. (BARROS, 2009).

Outro aspecto significativo, em termos discursivos, é que o conglomerado empresarial é considerado um dos mais fortes do Nordeste, atuando “nos setores de comunicação, shopping centers (espalhados pelos estados de Pernambuco, da Bahia, de Sergipe e de São Paulo) e imobiliário”. (SANTOS *et al.*, 2013, p. 13). Tal conjuntura socioeconômica também incide direta e indiretamente na produção jornalística do JC.

Desse modo, o Grupo JCPM acaba defendendo seus interesses, *controlando* o discurso público e o *acesso* ao mesmo, pois ambas são as formas mais evidentes “de como o discurso e poder estão relacionados”. (VAN DIJK, 2015, p. 18). Isso significa que a estrutura empresarial baseada na lógica do mercado e do lucro acaba tornando os meios massivos mais do que simples porta-vozes da elite. (VAN DIJK, 2015). São veículos que, como o JC, integram a estrutura de poder e administram sua dimensão simbólica. (FOX, 2021).

⁹ Dentre as diretrizes comerciais que o JC segue estão a “venda de produtos, fidelização de clientes, logística e gestão” (BARROS, 2009, p. 108).

Embora não seja uma discussão nova ou recente, cabe lembrar que as estratégias de controle não são óbvias ou facilmente detectáveis no discurso midiático. Elas se disfarçam de “valores jornalísticos” tais como: objetividade, imparcialidade, transparência, credibilidade, liberdade de imprensa, dentre outras. Outro aspecto do poder da imprensa é que esta exerce um *controle ideológico* e de *conhecimento* por meio da seleção restritiva de assuntos considerados “notícia” e, ainda, através da (re)construção de realidades sociais e políticas.

Ao controlar o conteúdo do discurso público, as elites simbólicas que comandam os meios de comunicação exercem um poder que tem a força de controlar a mente dos indivíduos “em todas as suas dimensões semióticas”. (VAN DIJK, 2015, p. 24). Consequentemente, controlam indiretamente o que as audiências fazem, desejam ou pensam. Essas mesmas elites simbólicas “também são as que detêm o controle parcial, na sociedade, sobre os modos de exercer influência e, portanto, sobre a reprodução ideológica”. (VAN DIJK, 2015, p. 50). Desse modo, não há necessidade de coagir quando “se pode persuadir, seduzir, doutrinar ou manipular as pessoas”. (VAN DIJK, 2015, p. 23).

Em outras palavras, o *conhecimento* é controlado “por meio da seleção restritiva de assuntos e, mais geralmente, por meio de reconstruções específicas das realidades sociais e políticas”. (VAN DIJK, 2015, p. 50). Entretanto, quando falamos em construção social da realidade não nos referimos a algum tipo de mentira ou subversão da realidade. Nossa reflexão se baseia no postulado de Correia (2009, p. 22) para quem “a construção de um significado objetivo é um processo histórico, social e cultural que resulta da intervenção de protagonistas da realidade social que nele participaram e de processos cognitivos que estão associados aos processos sociais e culturais”.

A nível micro, o abuso de poder da mídia se manifesta na língua, por exemplo, por meio da escolha das palavras, de verbos, de adjetivos e mesmo atribuindo papéis semânticos ativos ou passivos aos atores sociais, dentre outras estratégias discursivas. (VAN DIJK, 2015; RICHARDSON, 2007; FALCONE, 2008, FOX, 2021). Por exemplo, ao elaborar uma matéria sobre o derramamento de petróleo no litoral de Pernambuco, ocorrido em 2019¹⁰, o repórter pode categorizar o evento com palavras como “acidente” ou “desastre”. Tais itens léxicos podem ter efeito de eufemismos que,

¹⁰ Sobre esse acontecimento conferir Marco Zero (2019).

além de serem generalizantes, neutralizam a agentividade dos atores sociais, pois naturalizam o episódio como se fosse um incidente sem culpados. Por outro lado, o veículo também pode escolher expressões como “crime ambiental” ou “dano ambiental”, “poluição”, cujo peso semântico enfatiza outra linha ideológica e epistêmica do discurso na definição do evento. Ou seja, o modo como o jornalista constrói a notícia depende de inúmeros fatores sociocognitivos que esse profissional mobiliza.

Percebemos, assim, que a linguagem é uma força social performativa na sua essência, que tanto pode servir como meio de dominação “para legitimar as relações de poder estabelecidas institucionalmente” (PEDROSA, 2005, p. 1), quanto para legitimar a dissidência, resistência e posição contra hegemônica de grupos subalternos. Daí a importância de, por um lado, analisar criticamente *como* os jornalistas categorizam os atores sociais, descrevem ou comparam suas ações e, ainda, *como* eles descrevem e narram eventos ou situações em torno do grupo. O ponto nevrálgico nesse debate, quando pensado no âmbito dos meios de comunicação de massa, é como estes são capazes de controlar:

a definição (isto é, os modelos mentais) de – e as emoções sobre – eventos públicos, o conhecimento sociocultural geral e o sentido comum, as atitudes sobre questões controversas ou, mais fundamentalmente, as ideologias, normas e valores básicos que organizam e controlam tais representações sociais do público em geral. (VAN DIJK, 2015, p. 24).

Embora o controle da mente seja indireto, este controla as ações das pessoas. “Essa ação controlada pode [...] ser discursiva, de modo que o discurso poderoso possa, indiretamente, influenciar outros discursos que sejam compatíveis com o interesse daqueles que detêm o poder”. (VAN DIJK, 2015, p. 18). Van Dijk (2015, p. 18) observa ainda que “se o discurso controla mentes, e mentes controlam ação, é crucial para aqueles que estão no poder controlar o discurso em primeiro lugar”.

Isso significa que outra forma de exercer o poder é *controlar o contexto*¹¹, ou seja, os eventos comunicativos. Controlando a *situação comunicativa*, a mídia decide

¹¹ Na linha sociocognitiva, o *contexto* é um tipo especial de modelo mental da experiência cotidiana, isto é, uma *representação* da própria comunicação ou interação feita (inter)subjetivamente pelos participantes, que organiza o modo como estes constroem e adaptam seu discurso a uma situação comunicativa (VAN DIJK, 2012).

quem pode falar em uma notícia ou em qualquer outro gênero jornalístico, bem como quando, onde e com quais propósitos. Essa capacidade de controlar e divulgar determinada informação sobre um grupo ou evento, para milhares de leitores, telespectadores ou ouvintes é “uma importante fonte de poder dos meios de comunicação”. (VAN DIJK, 2016, p. 13).

De modo que, se existe uma relação entre a sociedade e o discurso da mídia esta é circular, ou uma via de mão dupla, envolvendo aspectos sociais e cognitivos. Quanto ao uso ilegítimo do poder por parte dos meios de comunicação, este resulta em formas de dominação social e mental, a partir do controle e acesso ao discurso público. A dominação da imprensa pode se manifestar na produção de notícias tendenciosas ou estereotipadas, por exemplo, sobre grupos minoritários (imigrantes, povos indígenas, pescadores(as) artesanais, grupos LGBTQIA+ etc.) e sobre determinados acontecimentos.

Já os textos noticiosos “podem levar a – ou serem controlados pela formação de – ideologias” (VAN DIJK, 2015, p. 20) neoliberais, de classe, racistas, machistas, xenófobas, sexistas etc. Ideologias que excluem, discriminam ou estereotipam minorias e que, por sua vez, “podem ser usadas para produzir novas escritas ou falas tendenciosas em outros contextos, que finalmente podem contribuir à reprodução discursiva” (VAN DIJK, 2015, p. 20) desses fundamentos ideológicos. Vale ressaltar que isso só é possível porque, na contemporaneidade, o discurso midiático é uma das principais fontes “do conhecimento, das atitudes e da ideologia das pessoas, tanto das outras elites como dos cidadãos”. (VAN DIJK, 2005, p. 37).

3.1.1 Crenças sociais: ideologia e conhecimento

Na linha sociocognitiva dos ECD, *as ideologias são uma forma de cognição social compartilhada* pelos membros de grupos sociais específicos. (VAN DIJK, 2016). Trata-se de crenças que fundamentam as representações sociais de um grupo. (VAN DIJK, 1998, 2008). Elas se manifestam em diversas práticas sociais, dentre elas o discurso, que é essencial “na sua formulação e, portanto, na sua reprodução social”. (VAN DIJK, 1998, p. 19).

Adquirimos as ideologias na interação, quando lemos, escutamos ou conversamos com os nossos pais, parentes, professores etc. Também *aprendemos ideologias* “assistindo televisão ou lendo livros de texto na escola [...] através da

publicidade, dos jornais, das novelas ou ao participar em conversas cotidianas entre amigos”. (VAN DIJK, 2008, p. 17). E, enquanto membros de grupos específicos, usamos o discurso para “modificar, confirmar, articular e também transmitir persuasivamente as ideologias a outros membros do grupo, inculcá-las aos mais novos, defendê-las contra (ou ocultá-las de) membros alheios ao grupo e propagá-las entre quem são (até agora) os infiéis”. (VAN DIJK, 1998, p. 19). Isso quer dizer que, além de serem adquiridas, as ideologias se aprendem e se desenvolvem na interação comunicativa. Por conseguinte, elas são definidas tanto em termos cognitivos quanto “em termos de grupos sociais, relações de grupos e instituições, a um macronível, e em termos de práticas sociais, a um micronível”. (VAN DIJK, 1998, p. 23).

Por outro lado, as ideologias se relacionam “de múltiplas maneiras com o conhecimento socialmente compartilhado”. (VAN DIJK, 2016, p. 157). Por serem construtos sociais (e não individuais), podem influenciar o “que se aceita como verdadeiro ou falso, especialmente quando ditas crenças são consideradas importantes para o grupo”. (VAN DIJK, 1998, p. 21). É por essa razão que as ideologias também “podem formar a base de argumentos específicos a favor de, e explicações sobre uma ordem social particular, ou efetivamente influir numa compreensão particular do mundo em geral”. (VAN DIJK, 1998, p. 21).

Quando os membros de um grupo compartilham uma ideologia, eles são favoráveis a determinadas ideias. Porém, as ideologias “não são simplesmente uma ‘visão do mundo’ de um grupo” (VAN DIJK, 1998, p. 21), mas os princípios que formam a base de “crenças mais específicas sobre o mundo e guiam sua interpretação dos acontecimentos, ao mesmo tempo que condicionam suas práticas”. (VAN DIJK, 2008, p. 14). A esse respeito, Van Dijk (1998, p. 22, grifos nossos) explica que estas “operam tanto a nível global da estrutura social, por exemplo, como *monitor mental compartilhado socialmente* que guia [...] o conflito, a luta e a desigualdade sociais, como *no nível das práticas sociais* situadas na vida cotidiana”.

Não é possível desenvolver uma teoria adequada sobre o discurso e a ideologia “sem examinar o papel do conhecimento sociocultural e outras crenças compartilhadas que oferecem a ‘base comum’ (*common ground*) de todo discurso e interação social”. (VAN DIJK, 1998, p. 23). Estas representações são sociais e mentais, mas isso não quer dizer que o discurso se reduza aos indivíduos ou a suas mentes, mas que para explicar ou analisar o texto, a conversação ou qualquer prática semiótica é necessária uma análise cognitiva e, especialmente, como as mentes dos

usuários da linguagem “moldam e são moldadas pelo discurso e outras práticas sociais em contexto”. (VAN DIJK, 1998, p. 24).

Outro ponto relevante nessa perspectiva é que, embora a dominação seja uma função importante de muitas ideologias, estas não são inerentemente negativas. (VAN DIJK, 1998, 2008). Embora haja ideologias como o racismo, o sexismo, a dominação de classe e outras que “negam, ocultam, legitimam e controlam a desigualdade social” (VAN DIJK, 1998, p. 25), há outras positivas que “sustentam e legitimam a oposição e a resistência contra o domínio e a injustiça social”. (VAN DIJK, 2008, p. 15). Exemplo disso são o Antirracismo, Feminismo, Ecologismo Social, dentre outras.

Isso significa que, no marco teórico sociocognitivo, não levamos em consideração o critério de “falso” ou de “falsa consciência”, quando tratamos de ideologias, pois não consideramos as crenças, dentre elas as ideologias, como *verdadeiras* ou *falsas*. (VAN DIJK, 2016). As concebemos *como (re)construções da realidade social que defendem seus respectivos interesses*. (VAN DIJK, 2015)¹². Nossa noção de ideologia, portanto, “é mais geral e se refere às crenças sociais básicas de um grupo sejam estas ‘positivas’ ou ‘negativas’”. (VAN DIJK, 2016, p. 144). Em síntese, as ideologias são cognições sociais complexas que controlam:

A formação, transformação e aplicação de outros tipos de cognição social, tais como o conhecimento, as opiniões e as posturas, e de representações sociais, como os preconceitos sociais. Essa estrutura ideológica em si *consiste em normas, valores, metas e princípios* socialmente relevantes que são selecionados, combinados e aplicados de forma tal a favorecer a percepção, interpretação e ação nas práticas sociais que beneficiam os interesses do grupo tomado como um todo. (VAN DIJK, 2015, p. 48, grifos nossos).

Em outras palavras, “as ideologias definem cognitivamente a identidade, os valores e objetivos de um grupo e oferecem a base para seus interesses”. (VAN DIJK,

¹² Assumirmos essa perspectiva não significa negarmos que as ideologias podem ser aceitas pelos membros de um grupo como *verdadeiras* ou *falsas*, *principalmente quando essas crenças são relevantes para eles*. Tampouco que sabemos se uma ou outra ideologia é *correta* ou *incorreta*, pois esta parecerá correta para quem a segue e incorreta para grupos opositores. Concebemos as ideologias como uma reconstrução da realidade que diferentes grupos usam para dar sentido a forma como a sociedade funciona (HALL, 1996; VAN DIJK, 1998). Por serem fundamentadas em ideias, interesses, valores, normas, metas etc., as ideologias permitem as pessoas, como membros de um grupo, organizarem suas crenças sociais sobre o que acontece de “bom ou ruim, correto ou incorreto, *segundo eles*, e agir em consequência” (VAN DIJK, 1998, p. 21). Nossa perspectiva atende ao que filósofos e linguistas cognitivos já estudaram, inclusive no domínio do jornalismo, que não há uma única verdade descritiva e completa da realidade, mas um vasto número de ‘versões do mundo’” (SILVA, 2004, p.42). Estas, por sua vez, são atravessadas por questões ideológicas, referentes aos interesses e a outras crenças de cada grupo.

2016, p. 144). Vale reforçar que as cognições sociais ideológicas são de membros de instituições ou formações sociais. Elas não se referem a representações individuais (modelos mentais), tais como opiniões, desejos, esperanças, sonhos, medos. (VAN DIJK, 2016). Geralmente, ideologias se referem a assuntos políticos e sociais importantes, tais como a vida e a morte, o nascimento e a reprodução, a saúde, o meio ambiente, as classes sociais, à distribuição da riqueza, a proteção dos animais, dentre outros temas que interessam a sociedade (VAN DIJK, 2008) e, obviamente, dividem opiniões e atitudes.

Em suma, é impossível analisar o discurso (de modo eficiente e completo) sem levar em consideração o aspecto ideológico e outros elementos sociocognitivos (conhecimento, atitudes, opiniões etc.) que um discurso expressa (ou não expressa) em uma determinada situação sociopolítica. E, nesse sentido, Van Dijk (1998, p. 25) explica que o conceito desenvolvido por ele nos proporciona um marco sólido não somente para um enfoque e crítico, como também para comparar diferentes classes de ideologias, “a mudança de ideologias de sistemas de resistência a sistemas de dominação (ou vice-versa) e um estudo mais coerente e completo da inserção das ideologias, tanto na cognição social como na estrutura social”. Essa proposta, em termos gerais, se propõe a renovar a tradição da Teoria Crítica nas ciências sociais e humanas, que teve início na Escola de Frankfurt.

Outra *crença* compartilhada pelos membros de um grupo é o *conhecimento*, sendo este especialmente importante, pois muito do que aprendemos é por meio do discurso e “porque o uso da linguagem, em geral, e a produção e compreensão do discurso, em particular, são impossíveis sem a ativação de grandes quantidades de conhecimento acerca do mundo. (VAN DIJK, 2016, p. 15). Armazenado e ativado na memória semântica (MLP)¹³ dos usuários da linguagem, o conhecimento “se instancia ou aplica na construção de modelos mentais específicos na memória episódica”. (VAN DIJK, 2016, p. 123).

¹³ Cárdenas (2018, p. 127, grifos nossos) explica que “a memória se divide de acordo com o seu alcance de processamento e armazenamento: a) *Memória de Curto Prazo* (MCP), também conhecida como memória de trabalho, pois monitora os processos de produção e compreensão discursiva online, e; b) *Memória de Longo Prazo* (MLP), que se subdivide por sua vez na *memória episódica* ou *autobiográfica*, encarregada de coletar as experiências individuais e o conhecimento pessoal, e na *memória semântica* ou *social*, encarregada de coletar o conhecimento genérico e as ideologias e atitudes compartilhadas por grupo mais amplos”.

Na perspectiva multidisciplinar sociocognitiva, o conhecimento é estudado a partir de conceitos pragmáticos, critérios empíricos, situações sociais e culturais que explicam a “justificação, aquisição, pressuposição, expressão, comunicação e circulação de crenças com qualidade de conhecimentos”. (VAN DIJK, 2016, p. 16). O foco é o conhecimento relacionado aos usuários da linguagem, ou seja, as *comunidades de conhecedores* que interagem efetivamente com o conhecimento, também chamadas de *comunidades epistêmicas* (VAN DIJK, 2016).

No campo da comunicação, outras teorias explicam como adquirimos e necessitamos do conhecimento e, inclusive, como o conhecimento é difundido na sociedade através dos meios de comunicação de massa, bem como o papel da imprensa e dos jornalistas nessa difusão e seus efeitos na sociedade. Todos esses aportes contribuem na melhor compreensão de como o conhecimento opera e, na teoria sociocognitiva, permitem integrar as maneiras “em que se adquire, pressupõe, expressa, comunica e justifica o conhecimento em vários gêneros discursivos e em situações comunicativas das comunidades epistêmicas, sociedades e culturas”. (VAN DIJK, 2016, p. 25).

Contemplando essas contribuições, os ECD não se centram apenas na dimensão ideológica, mas atribuem um papel essencial ao conhecimento, pois, além da experiência e da observação, consideram que ele é “principalmente transmitido pelo discurso e proporciona representações compartilhadas que trabalham a nível dos modelos mentais e da interpretação da experiência”. (MURGIA, 2018, p. 53). O discurso é, assim, “a maior fonte de conhecimento humano e, ao mesmo tempo, um dos seus principais critérios de verificação”. (VAN DIJK, 2016, p. 30).

Pelo fato de aprendermos muito do que sabemos por meio de múltiplos gêneros (CÁRDENAS, 2018; VAN DIJK, 2008, 2016), o discurso jornalístico está entre os que demandam uma mobilização abrangente de conhecimentos dos participantes da situação comunicativa, tanto para produzir o texto jornalístico quanto para compreendê-lo. Isso significa que sem conhecimento não há notícias (VAN DIJK, 2002) e que é através delas que aprendemos muitas coisas sobre o mundo (VAN DIJK, 2016).

4 O PAPEL DOS JORNALISTAS NO ABUSO DO PODER

O jornalismo está longe de ser objetivo, isento e imparcial. Como discutimos anteriormente, na fabricação do discurso jornalístico, os meios massivos não são simples porta-vozes das elites, mas “uma parte inerente da estrutura do poder societal, cuja dimensão simbólica administram”. (VAN DIJK, 2015, p. 74). Estes não só reproduzem os discursos dos poderosos, como pertencem às elites simbólicas. Sendo assim, podemos dizer que da totalidade de eventos que acontecem diariamente, a imprensa elege apenas alguns para transformá-los em notícia e a estes concede ampla circulação. (MIGUEL, 2001, FOX, 2021).

O mesmo pode ser dito dos jornalistas. Todo e qualquer gênero, quer seja um editorial, uma crônica, uma nota ou uma notícia, é produzido por pessoas e essa construção envolve *modelos mentais*¹⁴, isto é, emoções e opiniões pessoais, bem como *crenças sociais*, dentre elas, conhecimento, ideologias, valores, atitudes etc. Contemplando esses aspectos, o quadro sociocognitivo (VAN DIJK, 2008, 2012, 2015, 2016) nos ajuda na compreensão do papel dessas *crenças* por membros de um grupo epistêmico, como neste caso, as elites de poder midiáticas, em geral, e os jornalistas, em particular.

Por outro lado, quer sejam chefes de redação, editores, colunistas ou repórteres, os profissionais da imprensa estão sujeitos a um esquema organizacional do meio de comunicação no qual atuam, que envolve “a gestão de uma rotina cotidiana, quer dizer, o processo de obtenção e interpretação de eventos de interesse que devem divulgar-se dentro de um prazo de tempo estrito e com recursos limitados”. (TUCHMAN *apud* VAN DIJK, 2003a, p. 236). Isso significa que os gêneros jornalísticos, a exemplo, da notícia, são produto do *profissionalismo informativo* “que tem se desenvolvido em conjunção com as modernas organizações informativas e [...] as práticas profissionais servem às necessidades da organização”. (TUCHMAN, 1983, p. 17). Encontramos argumentos análogos sobre os jornalistas e sua prática em Habermas¹⁵ (1997), para quem:

¹⁴ A noção de modelo mental advém da psicologia social. Os modelos mentais têm uma dimensão pessoal, sendo estruturas cognitivas únicas e subjetivas. “Não representam objetivamente os eventos de que fala o discurso, mas antes a maneira como os usuários da língua interpretam e constroem cada um a seu modo esses eventos, por exemplo, em função dos objetivos pessoais, conhecimentos ou experiências prévias – ou em função de outros aspectos do ‘contexto’”. (VAN DIJK, 2012, p. 92).

¹⁵ Jürgen Habermas (1929) é um **filósofo** e **sociólogo** alemão que participa da **teoria crítica** e do **pragmatismo**. Estuda a **democracia**, especialmente por meio da sua Teoria da Ação

Os produtores da informação impõem-se na esfera pública através do seu profissionalismo, qualidade técnica e apresentação pessoal. Esse grupo é formado por repórteres que coletam informações, decidem sobre a escolha e a apresentação dos programas, controlando de certa forma o acesso aos temas, das contribuições e dos atores à esfera pública dominada pela mídia. (HABERMAS, 1997, p. 109).

Tanto os jornalistas e suas rotinas profissionais, quanto as organizações midiáticas e seus interesses, agem de forma orquestrada na fabricação da notícia (TUCHMAN, 1983; VAN DIJK, 1996, 2003) e de outros gêneros jornalísticos. Para Tuchman (1983, p. 17), o objetivo é “legitimar o *status quo*, complementando-se mutuamente na tarefa de reforçar os arranjos sociais contemporâneos”. Ou seja, os jornalistas que trabalham em veículos de grande porte *atuam em rede*, isto é, dentro de um mecanismo organizacional estratégico no qual:

Se encontram imersos em instituições burocráticas, que garantem um fluxo contínuo de *notícias fiáveis*. Ao mesmo tempo, a *validade das notícias* acerca de certos sucessos pode negociar-se entre os membros das instituições jornalísticas e as organizações objeto das informações. Isto também permite a aqueles que elaboram as notícias trabalhar com o *inesperado* e produzir uma *grande quantidade fixa de notícias*, independente de aquilo que realmente ocorre, e dentro dos prazos relativos aos fechamentos de edição ou às limitações de orçamento. (VAN DIJK, 1996, p. 23).

De sua parte, Richardson (2007, p. 6-7) tem uma visão menos crítica do jornalismo, dos jornalistas e das empresas de comunicação. Além de discordar que a atividade existe para disseminar, divulgar e propagar a visão dos poderosos, o autor diz que a circulação e promoção dos pontos de vista de quem está no poder é melhor descrita como “propaganda”. Enquanto o jornalismo “é frequentemente moldado pela agenda de tais Relações Públicas (RPs), este se mantém distinto e apartado deles. Inclusive, há algumas vezes resistência considerável ao trabalho dos RPs no jornalismo”.

Para o linguista, o argumento de que o jornalismo é um negócio, os jornais só existem para lucrar e que só essa simples observação já explica seu conteúdo é verdade até certo ponto. Richardson (2007, p. 7) minimiza essa questão e, conseqüentemente, aprova a mercantilização das notícias, quando afirma que “os

Comunicativa, da política deliberativa e da esfera pública. Ele é conhecido por suas teorias sobre a **racionalidade comunicativa** e a **esfera pública**.

jornais são negócios, que devem ganhar dinheiro para poder continuar existindo”. Na visão do autor, não é suficiente dizer que a base capitalista da indústria cultural necessariamente resulta na produção de formas culturais que são consoantes com a ideologia dominante.

Com base em Murdock e Golding (1977), Richardson (2007, p. 7) argumenta que é necessário “demonstrar como esse processo de reprodução realmente funciona, detalhando como as relações econômicas estruturam ambas as estratégias gerais dos empreendedores culturais e as atividades concretas das pessoas que, na realidade, fazem os produtos que a indústria cultural vende”. Na nossa tese, tentamos fazer isso, mostrando como as relações e interesses do Jornal do Commercio incidem na sua produção noticiosa e evidenciamos que isso determina, inclusive, a preferência na cobertura jornalística de certas comunidades pesqueiras rurais e urbanas em Pernambuco. (FOX, 2021).

Percebemos, assim, que o jornalismo é um domínio muito poderoso, pois, como Richardson (2007, p. 13, grifos nossos) comenta: “O poder da linguagem jornalística para *fazer coisas* e o *modo que o poder social é indexado e representado na linguagem jornalística* são particularmente importantes”. Conseqüentemente, os efeitos sociais do discurso jornalístico são abrangentes, como o autor destaca:

Através do seu poder de moldar a agenda e o discurso público, ele pode reforçar crenças, formar a opinião das pessoas não somente sobre o mundo, mas também sobre o seu *lugar e papel* no mundo. Ou, se não molda as opiniões sobre uma questão particular, pode no mínimo influenciar sobre o que temos opinião. Em suma, ele ajuda a moldar a realidade social ao formar nossas visões sobre a realidade social. (RICHARDSON, 2007, p. 13).

Sendo a linguagem um meio de poder que “pode ser usado para sedimentar desigualdades [...] e legitimar relações sociais iníquas”. (RICHARDSON, 2007, p. 14), devemos descartar a pressuposição de que ela é “transparente e atua como uma janela neutra do mundo e que os objetos e as estruturas de uma língua existem como um tipo de estrutura apolítica, como os números para a matemática”. (RICHARDSON, 2007, p. 13).

Embora essa seja uma questão resolvida em muitas linhas teóricas, a visão que ainda prevalece, no senso comum, em geral, e na literatura sobre jornalismo, em particular, é que a linguagem jornalística é transparente, neutra e factual. Basta citarmos Bahia (2009) para termos uma noção de como alguns estudiosos do ramo

definem a atividade. Nas palavras do autor, a profissão visa “apurar, reunir, selecionar e difundir notícias, ideias, acontecimentos e informações com *veracidade, exatidão, clareza, rapidez*, de modo a conjugar pensamento e razão”. (BAHIA, 2009, p. 19, grifos nossos).

A linguagem jornalística se apresenta, assim, como uma instância autônoma, como meio transparente e neutro. Enquanto, na realidade, sabemos que “a linguagem neutra é impossível” (SANTOS, 2018, p. 46) e que o jornalismo é uma prática social e as relações sociais que o constituem não são nem simples, nem aparentes. Essa complexidade envolve o contexto sociocomunicativo mundial, nacional e local, marcado pela concentração de veículos de massa, nas mãos de poucos grupos poderosos. Há ainda uma série de interesses e ideologias em jogo, sem falar da própria atividade jornalística, fundamentada em rotinas específicas de produção, divulgação e consumo. Nesse cenário sociocomunicativo e baseados nas suas ideologias pessoais e profissionais, os jornalistas podem se autorrepresentar como atores isentos:

Por exemplo, como quem reúne e traz notícias. Eles dirão que fazem isso com o objetivo de informar ao público e, com um sentido mais geral, de servir como um cão de guarda da sociedade. Obviamente, são objetivos ideológicos porque sabemos que não todos os jornalistas fazem isso. Quer dizer, tal objetivo é no máximo um ponto de referência ou uma propriedade do tipo ideal; como os jornalistas gostariam de ser. O mesmo vale para os valores profissionais, tais como Verdade, Confiabilidade, Imparcialidade etc. (VAN DIJK, 1998, p. 97).

Por outra parte, é na comunicação de massa que se manifestam muitas relações de poder, pois os interlocutores nem sempre estão em mesmo pé de igualdade. Além de serem polifônicos¹⁶, os discursos dos meios estão “matizados por uma hierarquização que estabelece quem está mais próximo da verdade”. (ZAMORA, 2016, p. 29). É por isso que, na análise crítica do discurso midiático, é indispensável examinar o processo de produção e os relatos textuais, pois frequentemente os protagonistas “são os que têm o poder (e, portanto, são os mais citados, aparecem com *maior frequência e credibilidade*), enquanto o contrário acontece com os menos poderosos”. (VAN DIJK *apud* ZAMORA, 2016, p. 28, grifos nossos).

¹⁶ A polifonia se refere à presença de diversas vozes articuladas nos textos que compõem o discurso jornalístico. A natureza da articulação pode ser de discurso direto ou indireto. (MAGALHÃES *et al.*, 2017).

Afinal, as hierarquias discursivas impõem a representação hegemônica do grupo dominante (branco, eurocêntrico, machocêntrico, helenocêntrico, além de capitalista neoliberal e de classes), sendo este o motivo por que os “meios de comunicação tendem a ser etnocêntricos, já que adaptam o material informativo aos padrões culturais hegemônicos” (ZAMORA, 2016, p. 29-30), mas também implica um modo de perceber os outros a partir dos nossos próprios padrões coloniais¹⁷. O etnocentrismo tem, assim, uma “conotação pejorativa de preconceito e de superioridade em relação aos forasteiros culturais”. (ALSINA *apud* ZAMORA, 2016, p. 30).

É por meio do discurso jornalístico, dentre outros domínios discursivos de poder, como o acadêmico, o científico, o político, o judiciário etc., que as elites simbólicas administram e controlam o discurso hegemônico e, parcialmente, os modos de exercer influência e reprodução ideológica na sociedade. “Por meio do uso seletivo de fontes de informação, rotinas jornalísticas consagradas e seleção de assuntos para as histórias, a mídia jornalística decide quais atores serão representados na arena pública, o que será dito a respeito deles e, em especial, como será dito”. (VAN DIJK, 2015, p. 73 – 74).

Todavia, a sua influência vai além dos efeitos sociais e das funções do estabelecimento de agendas “sobre mensagens midiáticas específicas referidas a leitores específicos”. (VAN DIJK, 2003a, p. 232). Na teoria do processamento do discurso, os receptores midiáticos são “*usuários da informação ativos e, até certo ponto independentes*, cujas crenças se conformam estrategicamente e mudam devido aos múltiplos processos cognitivos, sociais e comunicativos, assim como por mediação de diversas fontes de influência e de outra índole”. (VAN DIJK, 2003a, p. 232, grifos nossos). Para Resende (2015), embora socialmente constrangidas, as ações das pessoas não são totalmente determinadas, pois:

os atores sociais também têm seus próprios ‘poderes causais’ que não são redutíveis aos poderes causais de estruturas e práticas sociais (ARCHER, 2000). Embora haja constrangimentos sociais definidos pelos poderes causais de estruturas e práticas sociais, os atores sociais são dotados de relativa liberdade para estabelecer relações

¹⁷ Em termos gerais, a teoria da colonialidade do poder e do saber contribui com a compreensão da origem, motivações e propósitos de práticas sociais abusivas, fundamentadas em ideologias dominantes como o racismo e o eurocentrismo. Quijano, 2005; Noboa, 2005.

inovadoras na (inter)ação, exercendo sua criatividade e modificando práticas estabelecidas. (RESENDE, 2015, p. 109-110).

Apesar disso, quando se trata de assuntos étnicos ou referentes a grupos minoritários, Van Dijk (2003Aa, 232-233) explica que “o papel da mídia nestes processos diversos é crucial, por ter uma natureza tanto ideológica como estrutural”. Isso não quer dizer que a relação entre a mídia e o público é uma via de mão única. Na realidade, o velho mito de que os meios despejam conteúdo que é assimilado passivamente pelas pessoas está superado. O que ocorre é a que estes nos ajudam a dar forma à nossa visão do mundo:

proporcionando quadros de interpretação que nos permitem definir as nossas visões do *Outro*. No caso do contato com outras formas culturais, isto torna-se particularmente intenso, pois, em muitos casos, os receptores das mensagens noticiosas não têm contato direto com os protagonistas das notícias. Só ouvem falar deles porque os media se deslocaram a um local social ou geograficamente longínquo para reportar um determinado acontecimento: o *Outro* entra assim em contato com os media através de um processo de mediação efetuado pelos jornalistas. Os media são, com efeito, um dos principais, embora não o único, instrumentos de construção de imagens de identidade e de alteridade. No caso em que não se verifique a existência de fontes alternativas de informação, a sua predominância torna-se esmagadora. (CORREIA, 2009, p. 119, grifos nossos).

Outro fator social que incide na produção jornalística é a formação das redações com jornalistas contratados pela semelhança dos seus valores com os dos veículos de comunicação. Isso acontece porque ora eles compactuam com a ideologia do meio ora se adaptam para garantir uma vaga no mercado de trabalho ou para manter seu emprego. (VAN DIJK, 2015). Sobre essa relação entre jornalistas e empresas midiáticas, Richardson (2007) comenta:

Os jornalistas vendem seu trabalho para organizações noticiosas – uma relação que os coloca na classe proletária, em relação econômica idêntica ao pessoal da limpeza da empresa, que faz o mesmo. Entretanto, a relação social dos jornalistas com o capital não é evidentemente a mesma que a do pessoal de limpeza. Sua profissão é mais rentável (produz maior mais-valia) e, conseqüentemente, são melhor pagos; e eles (ao menos historicamente) têm maior grau de autonomia sobre sua atividade. (RICHARDSON, 2007, p. 4).

Seja qual for a organização midiática, a “maioria de seus editores e inclusive de repórteres é branca e não representa às minorias étnicas”. (VAN DIJK, 2003a, p. 235). Por outra parte, os jornalistas de classe média “podem ter uma visão do capitalismo mais positiva, porque [...] são mais bem isolados dos danos mais óbvios

da experiência de classe do que as classes operárias”. (RICHARDSON, 2007, p. 4). Entretanto, como o processo de produção noticiosa não é determinístico, esses profissionais “podem resistir a pressões, gerar matérias de acordo com o seu próprio interesse e perspectiva”. (VAN DIJK, 2015, p. 25). Inclusive, muitos estudos têm demonstrado que a maior parte deles é “de tendência liberal, inclusive no que se refere às minorias”. (VAN DIJK, 2003a, p. 238). Já na visão de Falcone (2008, p. 17), eles não têm plena noção dos efeitos do seu discurso: “os jornalistas não se dão conta de que [...] a forma como as notícias são selecionadas e apresentadas são tudo menos o óbvio [...]. Tampouco eles aceitam o fato de que seus próprios conhecimentos e compreensão sobre a produção da notícia podem não ser completos”.

Acreditamos também que alguns jornalistas não têm uma percepção clara das implicações do seu discurso na mente das pessoas, por exemplo, das consequências negativas de formas de abuso de poder discursivo. Outros embarcam no sofismo da imparcialidade e transparência da informação e outros valores da mídia. No entanto, os mais experientes conhecem bem o meio e as regras, então, seria ingenuidade pensar que são isentos nesse jogo de poder com o qual compactuam e do qual fazem parte. Inclusive, porque muitos deles concordam com formas ilegítimas de poder, já que simplesmente aprenderam e se constituíram, enquanto sujeitos sociais, num marco cognitivo de crenças preconceituosas, excludentes ou estereotipadas sobre certos grupos sociais e acontecimentos.

Por fim, refletindo sobre grupos e organizações de poder, como a imprensa, Van Dijk (2015, p. 21) questiona se esse poder também pode ser imputado aos repórteres, enquanto indivíduos. São eles poderosos? Para o autor, a maioria deles “provavelmente negaria esse tipo de asserção, mesmo se reconhecesse que tem o poder de influenciar as mentes de centenas de milhares, senão de milhões de pessoas”. Tenham ou não clareza dos efeitos da sua atividade, esses profissionais não podem perder de vista o poder que detêm em termos de sua *posição social e profissional*, que os torna irremediavelmente corresponsáveis em formas de dominação ilegítimas. Para Richardson (2007, p. 11), eles não devem se eximir de sua responsabilidade, pois os significados de “um texto de jornal estão intimamente relacionados à identidade do produtor responsável por seu conteúdo e o seu contexto de circulação”.

Em termos gerais, nossa visão em relação a produção jornalística nos meios massivos condiz com a de Tuchman (1983), Van Dijk (1996, 2003, 2015), Hall (2014,

1999) e Correia (2009). Estes autores têm ideias semelhantes sobre a fabricação jornalística, as empresas midiáticas e os jornalistas. Se por um lado, os profissionais do ramo estão inseridos em uma rede de rotinas específicas e convencionadas inerentes à atividade, por outro “há uma escolha consciente feita pelas organizações noticiosas para desprover os cidadãos de informações críticas que lhes permitam questionar os consensos produzidos pelas elites simbólicas”. (CORREIA, 2009, p. 74). Essas definições são baseadas em acordos sociopolíticos e econômicos que estabelecem os limites do debate na sociedade: *o que deve e não deve ser noticiado e como deve ser noticiado*. (VAN DIJK, 2015; CORREIA, 2009). A mídia aceita e compactua com essas limitações, porque, além de fazer parte das elites, depende dos consensos destas para poder se manter nos segmentos que atua, quer seja o de comunicação ou de outros.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a nossa pesquisa de doutorado, percebemos que editores e repórteres podem ter uma opinião ou, ao menos, um sentimento solidário em relação à situação dos(as) pescadores(as) artesanais e suas causas. Assim como os leitores, eles são usuários ativos das informações que recebem e, até certo ponto, independentes. Nem sempre compactuam com a postura ideológica do veículo para o qual trabalham e de outras elites. Embora tenham que transitar e sejam constrangidos pelas fronteiras do discurso dominante, podem abrir espaço editorial para discursos dissidentes.

Em outras palavras, é possível “furar o cerco” do status quo. Não é fácil, mas há oportunidades de “cavar” algumas notícias que formem opinião positiva e mais próxima dos interesses de grupos minoritários ou marginalizados e suas demandas sociopolíticas, na imprensa. Entretanto, o que apuramos na nossa investigação é que entre os jornalistas essa postura é muito esporádica e limitada a estereótipos, ao menos no conjunto de notícias, meio e período que analisamos.

Frente a essas reflexões, concluímos que é de suma importância para os jornalistas desenvolverem uma postura crítica, especialmente durante sua formação universitária. É imprescindível que tomem ciência sobre as reais implicações e alcance do seu discurso na formação da opinião pública, em geral, e de estereótipos, preconceitos e outras crenças sociais negativas sobre grupos minoritários e acontecimentos, em particular.

Quanto à investigação de discursos dominantes, nossa recomendação para investigadores iniciantes na área é ir além do que pode ser considerado certo ou errado. É falar do que é justo e injusto, mantendo em relevo a premissa de Bosi (2013, p. 4) para quem “os pesquisadores devem ter a consciência de que uma história de vida que nós escutamos não é feita para ser arquivada ou guardada em uma gaveta como coisa”. É necessário revelar, falar, discutir, nomear e, principalmente, denunciar formas abusivas de poder e dominação. Assim como é indispensável manter um senso crítico sobre o próprio trabalho.

REFERÊNCIAS

BAHIA, B. J. **Jornal, História e Técnica**: as técnicas do jornalismo. Vol. 2. 5ª edição, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BARROS, R. D. P. M.D. **Das relações políticas à racionalização das indústrias culturais**: a trajetória do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação. Recife: Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco, 2009.

BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1986.

CÁRDENAS, C. N. **Discursos de protesta y redes sociales**: análisis de las prácticas discursivas activistas producidas en la comunidad de Facebook Universitario Informado durante las movilizaciones estudiantiles en Chile (2011-2013). Barcelona: Tese de doutorado em Tradução e Ciências da Linguagem. Universidade Pompeu Fabra. 2018.

CASTELLS, M. La era de la información. Fin de milenio: economía, sociedad y cultura. **Madrid**: Alianza, 1998. Vol. III.

CORREIA, J.C. **Teoria crítica e discurso noticioso: notas sobre jornalismo e representações sociais**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2009.

DE LA FUENTE, M.G. **La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración**. Barcelona: Tesis de doctorado. Universidad de León. 2006.

EBRAHIM, R. **As marcas e lacunas deixadas pelo vazamento de petróleo**. 2019. In: Marco Zero. Disponível em: <https://marcozero.org/marcas-e-lacunas-deixadas-pelo-vazamento-de-petroleo/>. Acesso em: agosto, 2020.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: Editora UNB, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing Discourse**. Routledge: London, 2003.

FALCONE, K.D.A. **(Des)legitimação**: ações discursivo-cognitivas para o processo de categorização social. Tese de doutorado em Letras e Linguística, na Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

FALCONE, K.D.A. **O acesso dos excluídos ao espaço discursivo do jornal**. Recife: Dissertação de mestrado em Letras e Linguística na UFPE. 2003.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOX, V.D.P.P.D. **Poder e desigualdade**: a representação dos pescadores e pescadoras artesanais nas notícias do Jornal do Commercio. Recife: Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem. Universidade Católica de Pernambuco. 2021.

GIRÓ, M.X. **Anàlisi Crítica del Discurs sobre Nacionalisme i Identitat als editorials de la premsa diària publicada a Catalunya des de la transició fins al govern del PP (1977 – 1996)**. Barcelona: Tesi de doctorat. Universitat Autònoma de Barcelona. 1999.

HABERMAS, J. **Direito e Democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, volume II, 1997.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12ª Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HALL, S.; CHRISCHER, C.; JEFFERSON, T.; CLARKE, J.; ROBERTS, B. “A produção social da notícia: o mugging nos media”. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões teóricas e estórias**. Lisboa: 1999.

JIMÉNEZ, L.T. **La representación del barrio del Raval de Barcelona en la prensa escrita catalana: análisis del discurso periodístico durante la crisis económica del 2010**. Trabajo de investigación de los programas de postgrado del departamento de comunicación. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Barcelona, 2009-2010.

MAGALHÃES, I.; MARTINS, A.R.; RESENDE, V.D.M. **Análise de discurso crítica**: um método de pesquisa qualitativa. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2017.

MARCUSCHI, L.A. “Gêneros textuais: definição e funcionalidade”. In: DIONÍSIO, A.P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M.A. (Org.). **Gêneros textuais e ensino**. 5.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MEURER, J.L. “Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough”. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Org.). **Gêneros, teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005, p. 81 – 106.

MIGUEL, L. F. Meios de comunicação de massa e política no Brasil. In: **Diálogos Latinoamericanos**, n. 3, 2001, pp. 43-70. Aarhus Universite Aarhus, Dinamarca.

NOBOA, P.V. “La Matriz Colonial, los Movimientos Sociales y los Silencios de la Modernidad”. In: **Pensamiento Crítico y Matriz (De)colonial: Reflexiones Latinoamericanas**. 2005. Disponível em: https://www.academia.edu/37649606/PENSAMIENTO_CR%C3%8DTICO_Y_MATRIZ_DE_COLONIAL_REFLEXIONES_LATINOAMERICANAS. Acesso em: abril, 2018.

ORLANDI, E. P. “Michel Pêcheux e a Análise do Discurso”. **Estudos da Linguagem**. Vitória da Conquista, nº 1. junho, 2005. p. 9-13.

PEDRO, E. R. “Análise crítica do discurso: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos”. In: PEDRO, E. R. (Org.). **Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Editora Caminho, Lisboa, 1998.

PEDROSA, C.E.F. “**Análise Crítica do Discurso – Uma proposta para a análise crítica da linguagem**”. Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos. 2005. Disponível em: <https://www.filologia.org.br/ixcnlf/3/04.htm>. Acesso em: junho, 2016.

POLITSCHUK, I.; TRINTA, A.R. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

QUIJANO, A.C. “Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina”. In: LANDER, E. (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires: Clacso, 2005. Disponível em: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf. Acesso em: março, 2018.

RAMIRES; V.; FRAGA, I. “Discurso na mídia: construção simbólica de ideologia e poder”. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, 15 (1), 2014. p. 69 – 83. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/9071>. Acesso em: outubro, 2020.

RESENDE, V.D.M. “Violência simbólica: representação discursiva da extrema pobreza no Brasil – relações entre situação de rua e vizinhança”. In: **Discurso & Sociedad**, Vol. 9(1-2), 106-128, 2015.

RESENDE, V.D.M.; RAMALHO, V. **Análise do discurso crítica**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2014.

RICHARDSON, J.E. **Analysing Newspapers: an approach from critical discourse analysis**. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

SANTOS, B.D.S. “Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências”. **Revista Crítica de Ciências Sociais**: Globalização: fatalidade ou utopia? Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, outubro, 2002. p. 237 – 280.

SANTOS, L.C.B. D. **Vários pesos, várias medidas**: análise crítica do discurso da mídia em manchetes políticas de capas dos jornais Folha de São Paulo, O Globo e Jornal do Comercio, entre 2015 e 2018. Recife: Tese de doutorado para o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade Católica de Pernambuco, 2018.

SANTOS, M. O. S. D.; et al. “Análise Crítica do Discurso da mídia impressa sobre a saúde e o ambiente no contexto da instalação da refinaria de petróleo em Suape, PE”. **RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação, Inovação e Saúde**. Rio de Janeiro, Vol. 6. N. 4. Suplemento, Fevereiro, 2013.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983.

VAN DIJK, T. A. **La noticia como discurso**: comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996.

VAN DIJK, T. A. **Racismo y análisis crítico de los medios**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.

VAN DIJK, T. A. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 2002.

VAN DIJK, T. A. **Racismo y discurso de las élites**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2003a.

VAN DIJK, T. A. “Prólogo”. In: BARDI, Leda (Org.). **Análisis Crítico del Discurso**: perspectivas latinoamericanas. Chile: Frasis Editores, 2003b.

VAN DIJK, T. A. “Nuevo racismo y noticias: un enfoque discursivo”. In: NASH, M.; TELLO, R.; BENACH, Núria (Org.). **Inmigración, género y espacios urbanos**. Los retos de la diversidad. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2005, pp. 33-55.

VAN DIJK, T. A. **Ideología y Discurso**. 2ª ed. Barcelona: Ariel, 2008.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e Contexto**: uma abordagem sociocognitiva. São Paulo: Contexto, 2012.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e Poder**. São Paulo: Contexto, 2015.

VAN DIJK, T. A. **Discurso y conocimiento**. Barcelona: Gedisa, 2016a.

VAN DIJK, T. A. **Antiracist Discourse in Brazil**: from abolition to affirmative action. Lexington Books, 2021.

ZAMORA, F.G. **Medios de comunicación y representación de conflictos étnico-sociales en Perú**: Análisis crítico del discurso periodístico televisivo sobre el conflicto amazónico el “Baguazo”. Barcelona: Tesis Doctoral, Departamento de Comunicación Social, Universidad Pompeu Fabra, 2016.

DADOS DA AUTORA

Veronica del Pilar Proaño Carrazzoni

Jornalista, mestre em Comunicação/Extensão e Desenvolvimento Local e Doutora em Ciências da Linguagem. Em 2022, a autora alterou seu nome de solteira Veronica del P. Proaño de Fox para Veronica del P. Proaño Carrazzoni. *Email*: fox.veronica@gmail.com.