

## **Jornalismo, Hegemonia e Produção de Sentido: a Maquinaria Informacional em Estudo**

*Journalism, Hegemony and Production of Meaning: the Informational Machinery under Study*

*Periodismo, Hegemonía y Producción de Sentido: la Maquinaria Informativa en Estudio*

*Rafael Bellan Rodrigues de Souza<sup>1</sup>*

**Resumo:** A posse dos dispositivos comunicacionais, que envolve o controle sistemático dos meios de produção, dos algoritmos, da linguagem e da circulação das mercadorias culturais, constitui-se em um poder ampliado, capaz de delimitar o controle do trabalho jornalístico, mas também das subjetividades dos consumidores. O artigo propõe uma categorização do jornalismo como maquinaria informacional e aborda como estudos da produção de sentido podem descortinar os interesses e ideologias que orientam a prática jornalística. Assim, a análise dos conteúdos jornalísticos pode interligar o eixo produtivo e o eixo representacional, o que permite um enfoque capaz de compreender o papel dessa forma de conhecimento na elaboração da hegemonia vigente.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Hegemonia. Produção de Sentido. Marxismo.

**Abstract:** The possession of communication devices, which involves the systematic control of the means of production, algorithms, language and circulation of cultural goods, constitutes an expanded power, capable of delimiting the control of journalistic work, but also of subjectivities consumers. The article proposes a categorization of journalism as an informational machine and discusses how studies of the production of meaning can reveal the interests and ideologies that guide journalistic practice. Thus, the analysis of journalistic contents can interconnect the productive axis and the representational axis, which allows an approach capable of understanding the role of this form of knowledge in the elaboration of the hegemony.

**Keywords:** Journalism. Hegemony. Production of Meaning. Marxism.

**Resumen:** La posesión de dispositivos comunicacionales, que implica el control sistemático de los medios de producción, los algoritmos, el lenguaje y la circulación de bienes culturales, constituye un poder expandido, capaz de definir el control del trabajo periodístico, pero también de las subjetividades de la cultura. consumidores. El artículo propone una categorización del periodismo como maquinaria informativa y aborda cómo los estudios de producción de significado pueden revelar los intereses e ideologías que orientan la práctica periodística. Así, el análisis del contenido periodístico puede interconectar el eje produtivo y el eje representacional, lo que permite un abordaje capaz de comprender el papel de esta forma de conocimiento en la elaboración de la hegemonía actual.

---

1 Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Vitória, Espírito Santo, Brasil, rafaelbellan@yahoo.com.br

**Palabras clave:** Periodismo. Hegemonía. Producción de sentido. Marxismo.

## 1 INTRODUÇÃO

O sistema sociometabólico de reprodução do capital (MÉSZÁROS, 2002) baseia-se, enquanto mediação de segunda ordem<sup>2</sup>, na relação de subsunção do trabalho ao capital, reduzindo o ser social ao caráter fetichizado de vendedor e comprador de mercadorias. A comunicação midiaticizada e a chamada “indústria das consciências” (ENZENBERGER, 2002) surge como expressão, com certa dose de autonomia, dessa totalidade social. Os mecanismos tecnológicos de produção e difusão de informação são parte, portanto da luta entre capital e trabalho. Castells (1999) define a sociedade e a tecnologia como uma mesma mônada e, com acerto, percebe, assim como Hjarvard (2014), que o desenvolvimento da tecnologia em um cenário que chamaremos aqui de cooperação complexa (FREDERICO & TEIXEIRA, 2008) implica uma nova gramática social de relações produtivas, comunicativas e sociais, portanto. Tornar essa evidência, ou seja, a função fundamental da mídia na articulação do mercado e das sociabilidades, uma condição inescapável da humanidade, todavia, demonstraria um total abandono da análise crítica do modo de funcionamento do capital no século XXI (MORETHZSOHN, 2007).

Em prol de uma percepção do campo da comunicação como uma particularidade (capaz de autonomia relativa) da sociedade, mas, substantivamente isolada dos pressupostos de uma ontologia do ser social, muitos teóricos da comunicação abraçam a perspectiva de “fim da história”, erigindo o capitalismo como expressão final e única possível da humanidade. A comunicação é parte da sociabilidade humana e está sempre articulada em redes de poder que expressam os conflitos materiais e espirituais hegemônicos em um determinado contexto histórico.

O sistema midiático e as práticas comunicacionais perpassam as relações produtivas materiais (WILLIAMS, 2011), de uma sociedade cujo metabolismo baseia-se na troca de mercadorias. As próprias práticas comunicativas tornam-se também um setor produtivo. Jameson (2001) apresenta essa íntima conexão que se estabelece entre a cultura e a economia. Ou seja, a própria indústria midiática aparece como uma maquinaria de produção informacional, em que o jornalismo, como veremos, adquire uma especificidade.

---

<sup>2</sup> Tratam-se de mediações que interferem na inevitável intercâmbio social com a natureza, direcionando-as para o capital, que obtém controle totalizante sobre o processo reprodutivo da sociedade.

A economia capitalista se digitaliza e a posse dos dispositivos comunicacionais, que envolve o controle sistemático dos meios de produção, dos algoritmos, da linguagem e da circulação das mercadorias culturais, constitui-se em um poder ampliado, capaz de delimitar objetivamente o controle do trabalho ideológico<sup>3</sup>, mas também das subjetividades dos consumidores, o que torna esses meios de comunicação o mais central aparelho privado de hegemonia (GRAMSCI, 2011) dos dias atuais. Como tal, possui a missão de instituir uma direção moral e intelectual capaz de sustentar a base de troca mercantil no metabolismo social.

A sociedade civil midiaticizada, portanto, é palco de uma disputa de sentidos, de valores e de projetos societários dispares. O poder econômico e suas formas de vida hegemônicas penetram no cotidiano, não como uma fantasmagoria ilusória, mas como modo de pensamento fincado nas bases fundantes do modo de vida estruturado pelo capital. “Agora, mais do que nunca, as comunicações modernas não podem ser conceituadas como externas ao campo das estruturas e práticas sociais, porque são, cada vez mais, internamente constitutivas delas” (HALL, 2016, p.36).

O imperativo hegemônico das mediações de segunda ordem (MÉSZÁROS, 2002) aparecem como uma segunda natureza, ocultando a essência do trabalho e da ação humana na constituição do ser social. Os dispositivos comunicacionais, destarte, não escapam das relações de poder e são arenas de produção de sentidos sociais, capazes de explicitar uma direção moral e intelectual ou até mesmo, contraditoriamente, negar os sentidos hegemônicos (DOWNING, 2002) (MORAES, 2013) (COUTINHO, 2008).

As teorias críticas do jornalismo e das mídias buscam investigar o lugar da produção da informação nas disputas por hegemonia. Analisando a conjuntura da globalização econômica e as indústrias da consciência, Ianni (1999) aponta que a teoria e a prática política se alteram nesse contexto de ampliação mundial da forma capitalista de desenvolvimento das relações sociais, o que torna esse processo civilizatório delimitado pela nova configuração da vida, da cultura e do trabalho. Uma totalidade geo-histórica interpela os indivíduos, as nações, os povos e as coletividades diversas. As tecnologias eletrônicas, informáticas e comunicacionais agilizam e intensificam o turbo-capitalismo. Trata-se do “príncipe eletrônico”, um intelectual coletivo e orgânico dos blocos de poder que desenham o novo mapa do mundo. Como fábrica de hegemonia, a mídia eletrônica torna-se uma técnica social que impregna os imaginários das

---

<sup>3</sup> As pesquisas coordenadas por Figaro (2013) mergulham nas dramáticas cotidianas dessas novas formas de gestão do trabalho jornalístico.

classes sociais, dinamizando o enredo do sistema do capital, eternizando, em presentificações sequenciais, o *status quo* do mercado global.

Esse mundo globalizado reescala e dinamiza novas territorialidades, já que há uma inegável articulação dialética entre a tecnologia, o mundo do trabalho e a circulação de capital. “Sistemas técnicos incluem, de um lado, a materialidade e, de outro, seus modos de organização e regulação. Eles autorizam, a cada momento histórico, uma forma e uma distribuição de trabalho” (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 20). O mercado global fluidifica o espaço fazendo com que a informação e as finanças desenhem a arquitetura da vida social. O mundo e suas redes comandadas pelo mercado transnacional definem o território usado. A indústria das consciências, embora com autonomia relativa, torna-se o tabuleiro do jogo de disputa entre as classes, sendo majoritariamente capturada pela correnteza do capital em meio técnico-científico-informacional.

O jornalista aparece como um intelectual que atua na formação desse novo imaginário das redes e indústrias de consciências. Ele insere-se nas camadas de influência em que sua atuação pessoal encontra-se com diversos filtros de matriz institucional, com suas rotinas e práticas de trabalho, a organização ao qual pertencem, o nível socioinstitucional de influências (grupos, governos, propaganda) e o próprio sistema social e suas variáveis culturais e ideológicas (SHOEMAKER; VOS, 2011). Essas camadas relacionam-se de forma contraditória, processual e dialética, o que nos força ressaltar o impacto das lógicas mercantis e dos processos de direcionamento dos conteúdos aos seus financiadores (SOUZA, 2017). Longe de decretar a possibilidade de um produto neutro como alternativa ao instrumentalismo ideológico, o que faz Traquina (2005) descartar importantes reflexões como a de Herman e Chomsky (2003), fica evidente que a composição da notícia se dá em um ambiente de luta de classes e colabora, como já evidenciado anteriormente, na criação de técnicas de poder.

Para Genro Filho (2012), mais do que isso, as notícias são formas sociais de conhecimento, capazes de dotar os receptores de uma apreensão dos aspectos singulares dos fatos. Simulada, nunca a transposição positivista espelhada do real, a notícia seria um construto histórico que, irmã gêmea do capitalismo, a ele não se reduziria, visto que cristaliza como positividade a transposição de acontecimentos, em que a exatidão estaria conectada a uma determinada visão ideológica (associada a pressupostos ontológicos que orientam a produção da notícia). Isso é algo que não deveria nos assustar, dado que a subjetividade e a objetividade são mutuamente relacionadas na jornada humana. Para Moretzsohn (2007) o jornalismo bem

realizado, que pensa contra os fatos e revela as dimensões ocultas dos eventos, esclareceria o público, sendo assim vital aos princípios democráticos de uma igualdade substantiva.

As notícias, assim, são produtos de especificidade atestada, inseridos em contextos temporais e espaciais que se relacionam com o poder hegemônico, colaborando para a afirmação e manutenção de uma direção moral e intelectual, mas, como técnica social, capaz também de, em situações específicas, realizarem um contra-poder.

## **2 HEGEMONIA E PODER**

A importância da comunicação midiática e do jornalismo, conforme explicitado, direciona-se enquanto técnica social do processo de cimentação de uma hegemonia, ou seja, a criação, manutenção e estruturação da direção moral e intelectual que molda o consenso de uma sociedade. O jornalismo é capaz de cimentar posições ideológicas pela sua marcação rítmica e vínculo com o cotidiano, atuando na sequencialidade simulada de acontecimentos (SODRÉ, 2012) mas também pelo conhecimento singular que produz (GENRO FILHO, 2012) - um saber que nunca pode ser desvinculado da luta de classes em andamento. Segundo Gramsci (1999) a dominação de um bloco histórico (conjunto de classes no poder) necessita, além da capacidade de controle violento dos corpos dados pela coerção, se concretizar via consenso. Os dominantes só conseguem sucesso se os dominados aceitarem as condições de exploração, isso acontece quando o senso comum compartilhado segue a linha dada pelos aparelhos privados de hegemonia. Entre eles, destacam-se os órgãos da sociedade civil que elaboram as respostas e delimitam as ideias em torno do certo e errado, dos valores e dos comportamentos esperados por todos. A igreja, a família, a escola, o partido, sindicato, e, com o advento do príncipe eletrônico e seu poder ubíquo, também as mídias eletrônicas, impressas e digitais. Estas últimas, segundo Lima (2005), seriam centrais pela sua onipresença e temporalidade, além da sedução de entreter.

Essa compreensão perpassa a divisão gramsciana entre sociedades orientais e ocidentais, desenhando nas segundas um alcance mais diluído do poder do Estado, algo que atravessa a sociedade civil, operacionalizando nela, antenas de transmissão e estruturação da aceitação das classes do bloco histórico dominante. Ao contrário de um país czarista como a Rússia pré-revolução de outubro de 1917, a Itália não poderia ser revolucionada com o mesmo plano, a guerra de movimento. Para tanto, o filósofo do cárcere cria uma nova estratégia, a guerra de posição, vislumbrando nos aparelhos privados de hegemonia territórios capazes de serem disputados pelas classes subalternas em luta. Todavia, o poder da hegemonia jamais

deveria ser subestimado, visto que sua amarração com a economia capitalista, que dá base para sua expansão e manutenção, seria o principal obstáculo à sociedade regulada (GRUPPI, 1978).

O jornalismo nesse jogo revela-se como, mais do que uma profissão, uma práxis de produção de conteúdo que expressam de forma bastante intensa não só uma compreensão do mundo, mas, uma reafirmação do cotidiano. Isso por estar automaticamente preso a acontecimentos que se dão em circuitos hegemônicos, e por contribuir na busca de atender as demandas do senso comum. A capacidade de ir contra os fatos (MORETZSOHN, 2007), elaborando tessituras contra-hegemônicas (FERREIRA, 2013) pautadas em uma ideologia de ordem emancipatória, depende também dos seus financiadores e da força que um determinado campo político alternativo pode ter frente à direção moral e intelectual em processo constante de efetivação e materialização.

Williams (1979) relê a categorização do filósofo do cárcere Gramsci e o aproxima de sua própria amarração conceitual do materialismo cultural. Os ganhos dessa revisão estão em abraçar uma noção das ideias e modos de vida culturais no bojo de uma contraditória mobilização de elementos residuais, dominantes e emergentes que eclodem em toda trama cultural, descrita aqui enquanto modo de vida material constituído e constituidor de práticas vivenciadas e também simbolizadas. Percebe-se com ele, então, uma novo mapa para pensarmos os desafios do jornalismo e da produção midiática na contemporaneidade, já que os aparelhos privados de hegemonia são trincheiras onde muitas vezes significados alternativos são ressimbolizados mirando a manutenção do bloco dirigente. Sentidos e comportamentos ameaçadores à ordem estabelecida podem muitas vezes ser tomados e, pelo alto, incorporados e reinstalados dentro de uma nova estabilidade consensual subserviente à ordem do capital. O atual cenário do jornalismo, em que uma crise solapa certezas da potência dessa forma de conhecimento no mundo da acumulação financeira do capital (HARVEY, 1993), apresenta uma diversidade de formatos e empreendimentos de matrizes econômicas que vão do tradicional oligopólio ao empreendedorismo coletivo, mas que não exclui a atuação do papel da produção de conteúdo que compõem ou negam uma direção hegemônica.

Toda hegemonia sustenta-se em estratégias de elaboração simbólica, de matriz ideológica, evidentemente (BAKHTIN, 1979), mas também na força material de produtos objetivados com o intuito de alimentar a própria economia em geral. Ou seja, como aponta Gramsci (1999) a hegemonia não é só um domínio do campo ético-político, mas também do econômico, pois serve ao funcionamento do sistema de produção vigente.

Partindo de Konder (2002) entende-se que a hegemonia depende da ideologia, pois os elementos subjetivos de afirmação ou negação da ordem estabelecem-se em processos mentais, que situam um conjunto de respostas dadas via uma consciência prática que alimenta ações políticas. A ideologia seria o médium da hegemonia, já que materializada em instituições, aparelhos e sedimentadas no próprio senso comum das classes subalternas. O próprio Gramsci não abandona a noção de ideologia, considerando sua presença como orgânica às transformações sociais. O complexo da comunicação atuaria ativamente na formação ideológica da sociedade civil. “O sistema midiático demonstra capacidade de fixar sentidos e ideologias, selecionando os conteúdos que, a seu critério, devem ser vistos, lidos e ouvidos pelo conjunto do público” (MORAES, 2016, p.112).

Jamais subestimar o poder dos meios, tanto no agendamento e enquadramento, mas também na onipresença deles em tempos de mídia digitalizada, é uma lição atestada pelos pesquisadores da comunicação filiados às perspectivas teóricas críticas. Contudo, sempre se deve atentar para a dimensão prática e avaliar o quanto a audiência (ativa, mas não autônoma e resistente) estabelece seus próprios mapas de sentidos (hegemônicos ou não). O eixo da produção permanece um local epistemológico de extrema importância na compreensão de fenômenos comunicacionais, visto que não só inicia toda o circuito (conforme capturado por Hall (2003) dos Grundrisse de Marx (2011)) mas delimita o campo de significados e sua disseminação. Entender o jornalismo como uma maquinaria de informação parece ser a melhor escolha frente à problemática do poder na comunicação, uma vez que funde dramáticas ergológicas, econômicas, sociais, discursivas e culturais no amalgama de relações e contradições postas entre mídia e público.

### **3 MAQUINARIA DE INFORMAÇÃO**

Um das principais características da mídia massiva, que tangencia também a internet como novo ecossistema onde se convergem plataformas distintas, é a produção e a difusão institucionalizadas de bens simbólicos. Thompson (2000) enumera também a ruptura instituída entre produção e recepção (algo questionado nas plataformas digitais); a extensão da disponibilidade no tempo e no espaço; e a circulação pública das formas simbólicas. Os meios de comunicação agilizam a interação no tempo e espaço, modificando a maneira como se dá a relação entre as pessoas, tanto em como elas agem umas com as outras, mas também como se relacionam em territórios distintos. As mídias também demarcam as possibilidades de interação e recepção dos sujeitos sociais.

Para Williams (2011) os meios de comunicação são meios de produção, ou seja, são materialmente produzidos e reproduzidos e estão sempre subordinados ao desenvolvimento social e histórico. Os meios são elementos indispensáveis para a organização das relações de produção e possui homologias relativas com o mundo do trabalho e as relações sociais desenvolvidas no bojo da sociabilidade capitalista. Esse debate faz eco com a compreensão lukacsiana sobre os pores teleológicos secundários, em que a finalidade da objetivação seria a de induzir a consciência alheia a realizar determinadas ações (LUKÁCS, 2013). Os meios de comunicação incidem na organização social porque inserem mudanças nas séries causais do mundo objetivo. Mosco (1999) alude ao impacto da comunicação em um mundo globalizado, ressaltando a relação processual e orgânica entre os meios e a economia do sistema sociometabólico do capital.

Sendo uma técnica social e um aparelho de hegemonia, a mídia jornalística estrutura-se como um tipo de maquinaria de produção de conteúdo, uma indústria da consciência em que indivíduos produtores criam sentido e o difundem. O jornalismo como prática profissional, mas também enquanto setor mercantil de venda de notícias, assume a incumbência de fábrica de significados que definem os marcadores conjunturais e singularizados da realidade (objetivadas por pores teológicos secundários dos trabalhadores jornalistas em suas instituições).

Como diz Lima (2005, p.182), “se a hegemonia é “um sistema vivido de significados e valores [...], um senso da realidade”, podemos afirmar que ela se constitui e se realiza no espaço em que o sentido da vida e das coisas é construído, isto é, no espaço das representações”.

Charaudeau (2015) desenvolve uma relevante metodologia de investigação do discurso midiático e demonstra como a instância comunicacional “impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo” (p.151). A recepção sempre terá nos conteúdo dos meios de comunicação os pontos de referência aos quais irá cultivar uma relação com o espaço público. O mecanismo dessa esfera é a própria maquinaria midiática, ou seja, “um conjunto de engrenagens e de atores fazendo-as funcionar, cada um em seu setor, cada um submetido a restrições e a regras que fazem com que o resultado do produto acabado, um telejornal, por exemplo, ultrapasse a intenção particular de cada um” (p. 241).

O que vale para nossa compreensão das questões que abarcam a mídia e a hegemonia, com destaque para o trabalho jornalístico, são os processos que envolvem a origem, a transmissão e a recepção, procedimentos que submergem do conjunto da máquina, que recebe, em todas as fases do circuito, como quer Hall (2003), pressões internas e externas. Essas forças



são de ordem econômica, mas também de estruturas de dominação social, política e cultural. A mídia é uma máquina construtora de sentidos, cujo papel central na costura de uma hegemonia a coloca no cerne de disputas ideológicas nos mais diversos territórios.

Como diz Williams (2011) os produtos dos meios de comunicação são por um lado meios materiais produzidos na contraditória dinâmica entre meio de produção e relações produtivas, mas também são formas de apresentação de mensagens e informações. A máquina de produção de sentidos sociais aparece como uma fábrica de visões de mundo que, contraditoriamente, expressa um contrato de comunicação com o público, mas não necessariamente atende os interesses materiais deles, distanciando-se de uma ideia “democrática” de serviço público.

Thompson (2000) também pensa o fenômeno comunicacional por duas vias de compreensão, a análise sócio-histórica e a análise formal ou discursiva. Ele acrescenta a importância do investigador na interpretação dos dados, demonstrando que uma pesquisa sempre exige momentos de criatividade e inventividade na abstração capaz de alcançar o que podemos denominar de o concreto (KOSIK, 2002). Ao demarcar a importância do contexto, o lado material da maquinaria de informação ganha destaque, já que as instituições, a estrutura social, os meios técnicos de transmissão, os campos de interação e as situações espaçotemporais, permitem uma leitura mais ampla de uma mídia jornalística em particular. O olhar sobre os sentidos, via análises discursivas, com atenção também para o argumento e a elaboração narrativa, estreitam a relação entre objetividade e subjetividade, podendo proporcionar uma leitura processual da práxis comunicativa na contemporaneidade.

Aludir à metáfora sistêmica da fábrica, contudo, não significa aqui assumir uma compreensão holística ou matemática da mídia. Concordamos com Genro Filho (2012) que as teorias do sistema, a cibernética e as teorias da informação falham ao não perceberem os elementos de contradição e mudança dialética que modificam as próprias amarrações existentes entre as diversas variáveis que circundam um objeto a ser pesquisado. Longe de propor uma eternização de modelos, a proposta crítico-dialética de estudos do jornalismo visa uma reflexão sobre a prática de composição de sentidos nunca descolados de um contexto social marcado pelos imperativos do lucro e da extração de mais-valor.

#### **4 REPRESENTAÇÕES, ENQUADRAMENTOS E IDEOLOGIA**

Ao propor a hermenêutica de profundidade como metodologia de estudos da comunicação, Thompson (2000) indica a intersecção das fases da análise (sócio-histórica, discursiva e re-interpretação) como um único processo interpretativo complexo, ainda que debitário do pensamento de Ricoeur. A análise da instância do discurso aparece em sua ordenação interna e externa, o que se assemelha a ideia de Charaudeau (2015), mas com um direcionamento aplicado mais detidamente na interpretação da ideologia. O objetivo seria então “explicitar a conexão entre o sentido mobilizado pelas formas simbólicas e as relações de dominação que este sentido ajuda a estabelecer e sustentar” (THOMPSON, 2000, p. 379).

Outro autor preocupado com o debate sobre as visões de mundo, ideologias e valores dominantes é Kellner (2001). Buscando uma criativa aproximação entre os estudos culturais ingleses e a teoria frankfurtiana, o pesquisador desenvolve a chamada crítica diagnóstica, que utiliza a história e a teoria social para analisar textos culturais e usa esses textos para elucidar as tendências e conflitos de uma época. O interesse está em verificar como a mídia transcodifica conflitos sociais e apresenta respostas e representações de questões como classe, gênero e raça. Em um de seus estudos, ele aplica o método ao telejornalismo estadunidense, apontando interessantes insights sobre a construção de imaginários sobre a Guerra do Golfo. A atenção sobre a ideologia permanece em primeiro plano.

Para Mészáros (2004, p. 65), ideologia não seria nem “ilusão nem superstição religiosa de indivíduos mal-orientados, mas uma forma específica de consciência social, materialmente ancorada e sustentada”. Essa definição ontológica amarra a construção de ideias à vida material prática, refletindo sobre a formação de consciências em sua relação com a estrutura social. Indo além, a comunicação ideológica seria um instrumento para compreender os conflitos que a história coloca diante dos homens concretos. Stuart Hall possui um entendimento semelhante ao filósofo húngaro no que tange a formação da subjetividade dos receptores, para ele, afirmar “(...) que os meios de comunicação são ideológicos é dizer que eles agem no domínio da construção social do sentido. Eles fornecem o terreno no qual as pessoas adquirem consciência de seu mundo” (HALL, 2016, p. 42).

As análises no campo da ideologia em seu sentido crítico têm povoado uma série de estudos da comunicação, principalmente desenvolvidos pela análise do discurso de matriz francesa e das correntes que enxergam os jogos de sentido envolvidos em produtos de comunicação, tendo como uma das bases a reflexão de Bakhtin (1979). Os méritos e limites dessas propostas não estão em avaliação aqui, mas o fato é que ao nos debruçarmos sobre a

função das mídias e do próprio jornalismo como produtor de enunciados, dispensar questões envolvidas nas circunstâncias de construção desses sentidos parecer-nos-ia um forte equívoco. Concordamos com Mészáros (2009) que os diversos discursos devem ser vistos e interpretados enquanto formas particulares de consciência histórica e, desta feita, estariam alicerçados à estrutura social. “A análise legítima dos diversos discursos – por exemplo, os discursos moral, político e estético – é inconcebível sem que esteja dialeticamente inserida no quadro estrutural apropriado no que se refere às determinações gerais” (MÉSZÁROS, 2009, p.17).

Nos estudos de jornalismo, autores como Rothberg (2007) Porto (2004) e Soares (2009), entre outros, tem buscado manter aceso o método de análise do enquadramento. Trata-se de uma evidência de ordem mais prática, por vezes funcionalista, relacionada às rotinas produtivas dos veículos de informação, que demonstra de que forma acontecimentos são colocados em molduras perceptíveis pelos receptores. A inspiração vem de Goffman (2012), durkheimiano para quem os quadros primários de referência sustentariam o próprio senso comum, já que demarcam o cotidiano com interpretações construídas socialmente. O ponto alto dessa abordagem está em mostrar como são produzidas e disseminadas as possíveis interpretações do mundo. Enquadrar, assim, significaria simbolizar as diversas situações sociais que enfrentamos. “Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, por meio dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira” (GITLIN apud PORTO, 2004, p. 4). Contudo, a necessária polemização sobre essas interpretações no bojo das relações concretas dadas entre as classes de uma sociedade capitalista são mascaradas na tentativa falha de buscar uma neutralidade categorial.

A ação de enquadrar, ou seja, de dar ênfase, seleção e/ou exclusão a certos elementos, aproxima-se do gatekeeping (SHOEMAKER; VOS 2011), visto que filtros intencionais, ou relacionados aos limites institucionais de certas organizações, definiriam o conteúdo jornalístico. O agendamento também pode ser um método auxiliar, que nortearia a compreensão do poder da mídia em elencar e enumerar o grau de importância do que deve ser considerado relevante pela opinião pública, executando a tarefa de edificar sua espinha dorsal (MCCOMBS, 2009). O poder da comunicação, não obstante, estaria na moldagem de ideias que devem, em certo sentido, cartografar o imaginário do público. Embora a ideologia seja quase nunca citada nesses estudos, com exceção dada a Carvalho (2009), fica claro que as categorias hegemonia, enquadramento, ideologia e maquinaria informacional, podem trazer contribuições valiosas aos estudos do jornalismo.

A ideia de representação jornalística como objeto primordial de investigação, em que é possível verificar e analisar os enquadramentos hegemônicos, faz com que se aproximem as formas simbólicas da inevitável fabricação delas. A maquinaria jornalística de produção da informação traria variáveis importantes para os estudos da comunicação. Os conflitos intra-organizacionais e também extra-organizacionais, assim como rotinas produtivas e práticas de apuração imbricadas com fontes interessadas e muitas vezes selecionadas com a intencionalidade de dar ou tirar vozes, demonstrariam que o texto noticioso, em suas mais variadas expressões, constrói (newsmaking) uma realidade determinada. Com a referência obrigatória aos debates e conflitos da sociedade, na linha exposta por autores díspares como Mészáros (2002), Charaudeau (2015) e Thompson (2000), é possível expor como esses meios atuam na sistematização de pensamentos hegemônicos ou contra-hegemônicos, apologéticos ou alternativos ao modo de reprodução sócio-metabólico do capital.

Schneider (2010) aponta um caminho totalizante para pensar os fenômenos comunicacionais, entendendo que o real não se esgota no discurso. Ele busca aglutinar a reflexão trazida pela economia política da comunicação (EPC) - e seu olhar crítico sobre as estruturas sociais e as representações midiáticas - e os estudos culturais, cuja leitura problematiza a produção de sentido em relação a um mundo extra-discursivo.

A atenção não se direciona nos elementos semióticos ou enunciativos (cuja importância não está sendo aqui relegada), mas na ação de dar aos receptores um cenário em que ideias são representadas dentro de uma moldura pré-estabelecida idealmente por sujeitos coletivos (a imprensa) que agem ideologicamente, pautando sua atividade na construção de uma direção moral e intelectual em constante processo de cimentação social.

Esse tipo de enfoque incentiva o mapeamento dos sujeitos por trás das ações comunicativas e coloca em relevo a possibilidade de estudos direcionados ao debate sobre o poder na comunicação, desmontando as engrenagens da maquinaria midiática e descortinando os interesses estruturadores desse aparelho privado de hegemonia. Um olhar sobre os meios, nessa frente, pressupõe uma reflexão sobre as contradições presentes no mundo social, afinal

se o real que nos interessa é o real social, histórico, das sociedades contemporâneas, divididas em classes antagônicas, subordinadas ao imperativo de reprodução ampliada do capital, com todas as suas conhecidas consequências destrutivas, precisamos conhecer corretamente qual é o papel que os discursos ou representações midiáticos desempenham em meio a esta luta (SCHNEIDER, 2010, p.10).

A tradição marxista é uma fortuna teórica indispensável (PAULO NETTO, 2011), que associada aos objetos da comunicação permite acumular debates para a tarefa coletiva de

compreensão do poder no século XXI. Sua contribuição inegável está em aprofundar a relação ontológica existente entre trabalho e linguagem (LUKÁCS, 2013) e no descortinamento dos truques ideológicos que sustentam uma determinada ordem social (MÉSZÁROS, 2004) (DANTAS, 2008).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O poder que as representações jornalísticas (e midiáticas) têm ao enquadrar os recortes da realidade dá-se no terreno das batalhas pela hegemonia que se concretizam entre as classes sociais em disputa. Ao serem produzidas enquanto técnicas sociais gestadas em maquinarias de informação, cujas rotinas produtivas, interesses mercantis e processos de captura da subjetividade dos trabalhadores da comunicação, relacionam-se a fatores extra e intra-organizacionais, essas construções de significado carregam as marcas ideológicas desse contexto no eixo da produção.

Enquanto bens simbólicos, as notícias refletem e refratam determinadas realidades, elaborando visões de mundo que são fundamentais para o sucesso de uma direção moral e intelectual, mesmo em um cenário de visível diminuição de sua exclusividade em demarcar a opinião pública. Aparelho privado de hegemonia, com características ubíquas do “príncipe eletrônico”, a mídia e o jornalismo absorvem para si as funções dos intelectuais e dos partidos políticos. A disputa sobre quem consegue responder as questões mais importantes dadas pelas contradições insanáveis do sistema do capital permite o aprimoramento das engrenagens da maquinaria, cuja força perpassa o poder econômico que as sustentam e o status cultural que elas concentram.

O jornalismo é uma forma social de conhecimento produzido no interior dessas maquinarias e possui particularidades na criação de seu conteúdo que o destacam e o diferenciam de outros sentidos midiáticos. A marcação do espaço e do tempo, que ele ordena seguindo seus valores profissionais cada dia mais flexíveis, agendam o cotidiano, colaborando para a efetivação de um senso comum concretizador da hegemonia. Cimentando conteúdos que evidenciam os aspectos singulares da realidade social, o jornalismo possibilita um entendimento sobre o mundo bastante relevante para o entendimento do cenário onde as atividades humanas de trabalho e linguagem se objetivarão. Rastrear as formas em que se dão as representações e enquadramentos divulgados com o objetivo de formar a opinião pública e, portanto, ser esteio periódico da manutenção das demandas formadas pelo bloco histórico, é a

principal contribuição que uma pesquisa das engrenagens da notícia pode trazer ao desvendamento do poder midiático na contemporaneidade.

Assim, esquematicamente, podemos pensar na investigação da produção de sentido jornalística em uma maquinaria informacional relacionando os seguintes elementos:

- a) O eixo produtivo, em que trabalhadores comunicacionais elaboram pôres teleológicos secundários de acordo com sua subjetividade (limitada em tempos de fabricação de neosujeitos<sup>4</sup>) em instituições voltadas ao lucro, sejam empreendimentos autônomos - mas refêns de conglomerados na distribuição e conteúdo (como o exemplo de Google e Facebook, no mundo digital) - ou indústrias midiáticas. Aqui se destaca a dinâmica das rotinas das redações, das condições de trabalho e suas gramáticas, e das contradições expressas nas resistências e adequações a visões de mundo hegemônicas. As engrenagens da maquinaria, sempre processual e em movimento, podem ser desvendadas pela análise econômica de como a forma-mercadoria condiciona a produção jornalística. O chão de fábrica da notícia oferece um lugar de compreensão da dinâmica de funcionamento do jornalismo em tempos de crise. Atenta-se aqui para o papel econômico e político dos enunciadores nas maquinarias informacionais e os conflitos do mundo do trabalho do jornalista, imbricados nas dinâmicas territoriais desenhadas pelo mercado global.
- b) O eixo representacional, discursivo, em que é possível analisar ideologicamente os sentidos presentes nas matérias, tendo como foco avaliar como determinado conteúdo alimenta ou questiona a direção moral e intelectual vigente. Aqui as análises de enquadramento e de representação jornalística conectam-se a ideologia enquanto consciência prática voltada a dirimir conflitos, demonstrando que a produção do conhecimento singular jornalístico expressa sempre uma realidade a ser refratada. Não se pode ignorar aqui o papel ativo da imprensa em transcodificar os conflitos sociais e produzir sentidos que influem (via agendamento) na formação da consciência do público. O critério epistemológico de verdade e factualidade da notícia aqui é importante, mas o interesse maior é como a ideologia de modo ontológico, para além de seu grau de falsidade ou veracidade, exprime materialmente uma ordem de causalidades no mundo material. Deve-se investigar

---

<sup>4</sup> Segundo Dardot e Laval (2016) o neossujeito é o homem-empresa, empreendedor de si mesmo produzido pelo neoliberalismo, uma racionalidade que corroi a subjetividade dos homens ao fazer com que eles interiorizem a ideia de que as relações sociais são na verdade transações comerciais.

aqui como um canal jornalístico, com suas especificidades enquanto dispositivo e técnica social, bem como seus gêneros e formatos, enquadra a realidade para produzir sentidos contidos dentro dos marcos da luta de classes.

Os efeitos de sentido presentes no jornalismo atuam na ordenação hegemônica, ou seja, os modos de vida e as visões de mundo dos receptores são claramente afetados pelas notícias. Assim, a atenção aqui se dá sobre como elementos de justificativa ideológica sobre a realidade enredam o senso comum. O mundo do trabalho e a luta de classes passam a ser uma mediação de relações comunicacionais de poder. O jornalismo é visto como forma de conhecimento e objetivação do trabalho jornalístico em maquinarias informacionais, cujo conteúdo expresso em representações enquadradas em moldes pré-estabelecidos servem para delimitar ideologicamente a luta de classes. Longe de desenhar um método ossificado, o que iria contra a dialética dos processos sociais, esse artigo buscou apresentar articulações que são vitais para pesquisas críticas em torno do conteúdo jornalístico.

## REFERÊNCIAS

BAKTHIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara F. Vieira. São Paulo: Hucitec, 1979.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico**. Contemporânea, Salvador, v. 7, n. 2. dez. 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

COUTINHO, Eduardo Granja. **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

DANTAS, Rodrigo. **Ideologia, hegemonia e contra-hegemonia**. In: COUTINHO, Eduardo Granja. Comunicação e contra-hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo, Boitempo, 2016.

DOWNING, John D.H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2002.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad, 2003.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Os desafios da produção científica no neoliberalismo: as culturas e a comunicação subalternas.** Comunicação & Informação, v. 9, n. 2, 144-155, 2013. <https://doi.org/10.5216/c&i.v9i2.25243>

FIGARO, Roseli. (org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista.** São Paulo: Atlas, 2013.

FREDERICO, Celso; TEIXEIRA, Francisco. **Marx no século XXI.** São Paulo: Cortez, 2008.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2012.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.** Petrópolis: Vozes, 2012.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere.** São Paulo: Civilização Brasileira, 1999. v.1.

GRAMSCI, Antonio. **O leitor de Gramsci: escritos escolhidos 1916 - 1935.** (org.) Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci.** Rio de Janeiro: Graal, 1978.

HALL, Stuart. **A ideologia e a teoria da comunicação.** Matrizes, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 33-49, set./dez. 2016.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 1993.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural.** Matrizes, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan/jun. 2014.

IANNI, Otávio. **O príncipe eletrônico.** Perspectivas, São Paulo, 1999. p. 11-29,

JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru, SP: Edusc, 2001.

KONDER, Leandro. **A questão da ideologia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

KOSIK, Karel. **Dialética do concreto.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

LUKÁCS, György. **Para uma ontologia do ser social II.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.



MARX, Karl. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo, 2011.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MÉSZÁROS, István. **Filosofia, ideologia e ciência social**. São Paulo: Boitempo, 2009.

MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004.

MÉSZÁROS, István. **Para além do capital**. São Paulo: Boitempo, 2002.

MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia e hegemonia cultural**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOSCO, Vicente. **Economia política da comunicação**: uma perspectiva laboral. Comunicação e Sociedade 1. Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 97-120, 1999.

PAULO NETTO, José. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto: 2005.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. (org.) **Comunicação, análise de enquadramento e política**: conceitos e abordagens. Salvador: EdUFBA, 2004.

ROTHBERG, Danilo. **Enquadramento e metodologia de crítica de mídia**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 5., 2007, Aracajú. Anais [...]. Aracajú: UFS, 2007.

SANTOS, Milton e SILVEIRA, María Laura. **O Brasil território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record. 2001.

SHOEMAKER, Pamela J., VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SCHNEIDER, Marco. **Representação, realidade e comunicação midiaticizada**. Revista Contemporânea, v. 8, n. 1. jul. 2010.

SOARES, Murilo Cesar. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: por uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, Rafael Bellan R. de. **O trabalho dos jornalistas e suas contradições**: uma ontologia da crise. Matrizes, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 129-149, set./dez. 2017.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. v. I: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.