

**Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa  
Mestrado em Comunicação  
Disciplina: Comunicação, Mídia e Poder**

**Artigo Final**

**O impacto das comunicações na  
manutenção e busca do poder**

**Autor: UC11591371 – Adriano Paulino Menezes**

**Orientadora: Dr. Alexandre Kieling**

**Brasília – DF  
Junho de 2016**

Este artigo só foi possível com o auxílio da nova família que me acolheu após a morte da minha mãe. Obrigado Delmo e Elza Menezes.

# **O IMPACTO DAS COMUNICAÇÕES NA MANUTENÇÃO E BUSCA DO PODER**

**UC11591371 – Adriano Paulino Menezes**

## **Resumo:**

Este artigo buscará apresentar a interligação dos meios e mídias de comunicação modernos no processo de luta para aquisição e manutenção de poder, em suas diferentes vertentes e formas de mandato.

Serão relidos alguns conceitos estudados na disciplina Mídia e Poder do curso de Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília durante o ano de 2016, dentre os quais se destaca: o poder simbólico, o conceito de campo, campanhas políticas, redes sociais.

A análise de pesquisa a ser atendida neste documento se faz na demonstração teórica do fato de que, assim como as comunicações podem coroar e conceder autoridade a uma determinada pessoa, ao mesmo tempo ela pode depor do trono o título já outorgado, como prova o momento político vivido no Brasil.

**Palavras-chave:** Mídia, poder, comunicação, política.

## 1. O poder simbólico

Poder simbólico é aquele que é realizado e outorgado, em um ambiente onde outros membros participantes não tem interesse em exercer o mandato ou optam por delegar a função de liderança.

Os diversos universos simbólicos, construídos e solidificados ao longo do tempo, têm em sua estrutura de constituição uma certa hierarquia, dominada por aqueles que conhecem profundamente o campo que abriga tal universo.

Podemos citar a língua, as artes, a ciência, a política como universos moldados e solidificados nos quais é possível se associar na medida em que se comunica ou se expressa da mesma maneira que os membros já integrantes, isto é, aceitando as regras vigentes em tal campo simbólico.

Este poder simbólico é originado a partir de tipos diferentes de outorga ou fonte: o reconhecimento, a legitimidade e a consagração.

O reconhecimento se dá quando os membros de um grupo enxergam num indivíduo as características intrínsecas a um líder e assim o autoriza. A legitimidade acontece quando o conhecimento e a graduação do sujeito falam mais alto e o apresenta como especialista ou perito nas estruturas sociais daquele agrupamento. Já a consagração é uma forma de empoderamento realizada a partir de disputa interna, na qual o vencedor da competição é decretado como eleito.

O poder simbólico só ocorre quando é dada relevância pelos diversos agentes envolvidos no ajuntamento.

## 2. A linguística dos discursos (semiótica)

Abordando o campo político, é de conhecimento geral que existem certas regras de participação ou qualificação, que selecionam aqueles indivíduos que podem adentrar ao grupo e aqueles que tomam posição de destaque num pódio ou palanque. A principal destas regras ou exigências é forma como o ator se expressa ou comunica.

Para se obter sucesso na política, o cidadão além de se apoderar dos fundamentos da organização dos discursos, devem fazê-los com assertividade e espontaneidade, isto é, ele deve ter o dom da fala. Tanto para, não apenas repetir o que os outros dizem, mas também exercer o discurso com desenvoltura.

Uma das profissões mais relevantes e mais bem remuneradas no mundo moderno, é a de assessor de comunicação ou marqueteiro. Os candidatos a cargos eletivos na administração pública devem ter em mente que as campanhas políticas, além de demonstrar sua visão e o projeto de governo, é uma estratégia de planejamento das ações caso venha a ganhar o pleito. Não é só apresentar fotos bonitas na televisão, porém se faz necessário todo um estudo social, antropológico e comunicacional que vincula a imagem do candidato à uma forma ou jeito de administrar.

Toda a estrutura da sociologia, ciência que estuda os aglomerados humanos, têm sua raiz nos protocolos sintáticos e semânticos adotados quando da troca de informações entre os integrantes de um grupo. Isso explica o fato de que a existência dos partidos políticos acontece a partir de ideologias pré-concebidas, compartilhadas e aceitas entre os pensadores do estado, e de possível identificação com eleitores no campo da sociedade.

Daí se originam disputas, isto é, o não compartilhamento do ideário alheio, na medida em que se tem espaço para apenas um tipo de liderança para o momento, tendo os vencedores que impor seu pensamento para o grupo derrotado.

O discurso é, portanto, uma "fotografia" de todo o caminho percorrido pelo político, apresentando aquilo que a sua experiência permite, agregado ao projeto de campanha construído pelas diversas agências de publicidade.

## 3. O mestre ignorante

O livro "O mestre ignorante" de Jacques Rancière, apresenta um conteúdo caro ao nosso estudo – a emancipação do ser humano.

É abordado neste livro, o conceito de que todos os homens nascem em igualdade de situação, tanto econômica quanto social e psicologicamente, não existindo uma pessoa mais importante que outra ao nascer.

O que vai diferenciando os sujeitos ao longo do tempo é o contexto ou universo no qual o mesmo se encontra inserido. É a capacidade do indivíduo de se apropriar das vantagens achadas no ambiente ao seu redor, tendo de buscar conhecimentos e relacionamentos de maneira voluntária quando consegue a sua emancipação crítica e intelectual.

Neste momento o sujeito se torna autor de sua própria história, e pode escolher como vai administrar e direcionar a sua vida.

A língua é um desses fatores que após o seu domínio, possibilita ao agraciado ter em mãos uma ferramenta para enfrentamento das suas dificuldades sociais ou até mesmo encaminhamento de suas pretensões políticas nas diversas comunidade da qual participa.

É citado que o conhecimento da língua não veio para homogeneizar as classes humanas, mas sim para possibilitar a construção lógica de uma diferenciação e “elaboração social” (definição da imagem pessoal). Portanto, neste caso o protocolo linguístico atua como meio para busca e disputa do poder.

#### 4. O uso da mídia pública

Os diversos universos simbólicos, que o homem contemporâneo está inserido, ampliam o entendimento da palavra mídia.

A princípio, mídia é um conceito abstrato que pode significar: meio de transmissão, tipos de mensagem, ferramenta de comunicação. No nosso caso, para dar um melhor entendimento e relevância ao termo, trazemos a palavra mídia como um campo simbólico, recheado de intenções e interesses, que apresenta e apoia uma imagem ou perfil comunicacional únicos.

Por exemplo, ao analisarmos um jornal impresso, vemos que o mesmo tem grande valor perante as comunidades em que é distribuído, ele é importante para aquela sociedade, ele é formador de opinião, é fiscalizador, é divulgador de empresas, é partidário, e a partir do momento em que o mesmo obtém condições de se manter (financiamento), apenas a pronúncia do seu nome traz a mente as características culturais desse meio. Isso serve para todas as outras mídias de comunicação (Internet, rádio, televisão, revistas).

Fica evidente que um ser que se apresenta socialmente, acaba sendo reconhecido pela imagem ou linha de pensamento apresentada ao seu público. É um exemplo marcante de uma figura de linguagem da gramática portuguesa – a metonímia.

#### 5. O conceito de poder nas empresas

A socialização de indivíduos no campo das organizações chamada de inclusão social, é sistemicamente interessante para as empresas. Quanto mais o sujeito se identifica ou se vincula àquela corporação, maior resultado financeiro é conquistado.

O “clima de trabalho” é a medida do quão adaptados estão os funcionários em um setor ou em toda a empresa. É como se dão as relações de ordenamentos e realização. Quanto melhor for o clima, maior o reconhecimento e a aceitação da chefia.

Existem situações em que se deve trocar o líder em prol da perenidade da organização. Quando o mesmo não tem carisma, não se atenta para as necessidades dos comandados, não retribui financeiramente os esforços.

Uma vez que o proletariado é adaptado e inserido, nas linhas da organização empresarial, e tem seus problemas relativizados, o mesmo age como força motriz para o funcionamento da corporação.

Existe uma ponderação sobre o caráter ético da gestão empresarial, por exemplo, a questão do intuito do administrador ao contratar e treinar o funcionário para que a produção do trabalho seja aumentada e o relacionamento empregatício fortalecido. Mas este fato é uma prerrogativa dos detentores do capital que só pode ser quebrada por estratégia de aglomeração – os sindicatos.

Outro fato relevante para a comunicação organizacional é a questão do assédio moral. Esse problema está bem regulamentado em nosso país, e algumas empresas deram vários passos à frente com a instituição de comitês de ética e ouvidorias, como locais onde a classe trabalhadora pode denunciar a sua liderança por práticas abusivas.

## 6. O poder e a sociedade

Quando o poder público e o ambiente democrático não estão estabelecidos e enraizados numa sociedade, a instabilidade política se estabelece. É o caso do Brasil, no ano de 2016.

Todo poder, por mais arbitrário, ditatorial ou centralizado que seja, tem uma função e necessidade, que é o ordenamento, o regramento e a organização do coletivo. É claro que ocorrem exageros (como neste momento o problema da Venezuela), mas por mais negativo que forem objetivos das lideranças, ainda assim se faz necessária a figura de um representante.

Existem muitas correntes de pensamento político – esquerda, direita, centro, anarquia – mas uma liderança emerge naturalmente do sistema social.

Também é fato conhecido, que é salutar à resiliência de um sistema político, o rodízio e a renovação dos quadros de tempos em tempos. A constância de uma democracia, com períodos de governo definidos, ajuda e muito na evolução daquele grupo. Isto é provado analisando-se os grandes impérios do passado, e também o contraste entre as repúblicas modernas e os governos golpistas e indisciplinados.

## 7. Concentração de poder

Quando ocorre o vício na atuação do líder, na medida em que há o interesse de não ceder a sucessão dos cargos, nasce uma nova figura no campo político que é a estratégia de legitimação.

Em caso recente ocorrido no Brasil, houve a figura de uma autoridade passando o bastão para um não-correligionário formal, porém integrante do mesmo conluio dominante, com vistas à continuidade do grupo.

Estas e outras estratégias são criadas diariamente em uma verdadeira fábrica de artefatos, baseados ou não nas leis, para formação de majorias e continuidade no topo da política.

## 8. Conclusão

Demonstramos neste artigo, a necessidade dos diversos sistemas sociais em gozar da figura de um líder para organizar e estabelecer limites nas suas relações grupais. Apresentamos o bom e o mal administrador público. Citou-se como as empresas podem ter seu resultado ampliado a partir de uma estratégia de poder e de um clima de trabalho bem pensados. Falou-se do papel fundamental e estruturante das relações de poder que tem o discurso comunicacional. Tocamos nos mecanismos utilizados nas sociedades modernas para denunciar e destonar dos cargos os maus gestores. E foi analisado o ambiente ou contexto nos quais se formam os domínios que são os campos do poder simbólico.

Como proposta de continuidade desse estudo, sugere-se os temas para pesquisa: atuação da Internet e da televisão nas campanhas políticas; como se estruturam os partidos políticos através de seus estatutos; análise dos diversos modelos de administração adotados no mundo afora (parlamentarismo, monarquia, presidencialismo, ditadura, anarquia, comunismo norte-coreano, neoliberalismo); diferenciação entre os bens públicos e os privados.

## 9. Bibliografia

- BOURDIEU, Pierre. **O poder do simbólico**. Bertrand, 2000;
- CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. Iluminuras, 2003;
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Editora Loyola, 1996.