

## A MANIPULAÇÃO DOS DISCURSOS

Fernando Nogueira Dias

### O LUGAR DA PALAVRA NA DEMOCRACIA

Apesar dos riscos que o tabaco trás para a saúde, e da maioria dos consumidores ter conhecimento dos mesmos, o desejo de fumar é cada vez maior, a avaliar pelo aumento progressivo do seu consumo, refere-nos o antropólogo canadiano Philippe Breton<sup>1</sup>, no seu recente livro *A Palavra Manipulada*, publicado em Portugal.

Este exemplo dado pelo autor serve-lhe de pretexto para nos referir que a manipulação das palavras e dos discursos toma as mais diferentes formas, para alterar comportamentos e perspectivas do mundo e da vida. As técnicas de manipulação são para Breton orquestradas e planeadas de forma calculada, chegando as mesmas a ser matéria de ensino e a constar nos mais diferentes manuais à venda nas livrarias.

Sem resistências, as técnicas de manipulação alastram-se pelo universo político, pela publicidade, pelas relações públicas e pelas relações interpessoais. A manipulação cognitiva infundada ou assente em raciocínios falseados não deixa margem de manobra para raciocínios livres, assim como a manipulação dos afectos, a sedução, o erotismo e a massificação repetitiva, para levar os públicos a aceitar certas mensagens à força.

Defende Breton<sup>2</sup> que a fabricação do consenso em benefício de algo ou de alguém é uma arma mortífera contra a racionalidade e a liberdade de pensamento. A propaganda, a desinformação, a manipulação psicológica e outros subterfúgios são usados para criar um clima social de aceitação das ideias dominantes, fazendo crer que vivemos num clima de liberdade, onde não há necessidade de reear a violentação das nossas consciências.

Apesar de tudo, seria impossível existir democracia e viver em democracia sem a existência e sem o exercício livre das palavras. A questão que se nos coloca como fundamental é a de que o poder não está na sociedade uniformemente distribuído

---

<sup>1</sup> Philippe Breton (2002: 11-14), *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.

<sup>2</sup> *Ib.*, p. 20.

pelos indivíduos. Como tal, também o uso das palavras e dos meios pelos quais se expressam não estão equitativamente distribuídos. Desta forma, haverá sempre quem se sirva dos meios e das palavras que lhes permitem dominar os outros.

## **O CONTROLO DEMOCRÁTICO**

Nesse labor de controlar os outros pelas palavras, a manipulação é projectada e organizada por parte de entidades, organizações e instituições, que fazem recurso a grandes meios para impor os seus quadros ideológicos. Servindo-nos das palavras do semiólogo Ignacio Ramonet<sup>3</sup>, diremos que «Estamos a passar de um poder vertical, hierarquizado e autoritário, para um poder horizontal, em rede e consensual (um consenso que é conseguido precisamente pelo expediente de manipulações mediáticas)».

Quer dizer, enquanto que no passado a manipulação era, de certa forma, «objectiva», sabia-se de onde ela poderia vir, nos tempos que correm existe a sensação de que as fontes de poder com interesse em conduzir as nossas vidas são muito diversificadas e difusas.

Quantos exercem coacção sobre nós! A Repartição de Finanças, os Estabelecimentos de Ensino, a Câmara Municipal, a Junta de Freguesia, a empresa onde trabalhamos. Todos eles, e outros, nos fazem lembrar que, se não cumprirmos os nossos deveres, as instituições e os agentes da autoridade lá estarão prontamente para nos lembrar que há uma ordem estabelecida.

Também existem os «olhos discretos» por todo o lado, recordando-nos que os nossos actos têm necessariamente de obedecer à ordem. É o caso das câmaras de vigilância que registam, não com palavras mas com o seu silêncio, os nossos actos, mesmo os mais íntimos, nos centros comerciais, nos supermercados, nas garagens, nas empresas, nas ruas e nas caixas multibanco, e sabe-se lá mais aonde.

Tantos que nos querem mudar a vontade, através da televisão, da rádio, dos jornais, da Internet ou da confusão de cartazes colados nas paredes ou afixados em postes. Recomendam-nos um certo partido ou candidato, como o melhor para

---

<sup>3</sup> Ignacio Ramonet (1999: 39), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.

mudar as nossas vidas; uma certa ideologia, filosofia oriental ou convite à contestação de uma qualquer ponte prestes a construir.

Muitos nos querem fazer acreditar que há um perfil de político adequado ou não ao desempenho de certas funções. Foi o caso dos candidatos à Presidência dos Estados Unidos. Um é melhor que outro: John Kerry ou George Bush; o seu perfil político, psicológico, social, intelectual, o seu passado, podem ditar a forma como vão conduzir o futuro daquele país, e, ao fim e ao cabo, o resto do mundo – por isso, andamos tão preocupados com quem vai fazer a nova decoração da Casa Branca.

Um dos candidatos porque foi militar na guerra, e já nessa altura era contra a guerra; o outro porque foi militar e «fugiu» à guerra, mas é a favor da guerra. Grandes preocupações nos incutem os modernos mentores das nossas vidas. Se o melhor candidato vencer as eleições por certo que seremos todos mais felizes e aumentará a nossa qualidade de vida. Como o veredicto popular determinou que fosse Bush de novo a habitar a Casa que representa o maior poderio militar, como irá ser o nosso humor e a nossa felicidade, e, já agora, a nossa auto-estima?

Não deixa de ser interessante pensar como milhões de pessoas são mobilizadas e arrastadas por uns quantos que se julgam «cavaleiros *jedi*», sempre prontos a zelar pela ordem do universo. Depois de se conseguir os seus nobres intentos, só nos faltará criar um conselho mundial de «Mestres Yoda» para que, com a sua sabedoria, possam dar instruções aos seus cavaleiros para manter a paz e a ordem (mundial!).

Um conjunto de especialistas teimam em querer mudar-nos a vida, com um produto ou uma ideia: a televisão, a rádio, os jornais, a Internet, os cartazes afixados nas paredes, ou em paragens dos autocarros, os milhões de folhetos publicitários introduzidos nas nossas caixas de correio, os livros à venda nas livrarias, com temas estrategicamente lançados, e estrategicamente colocados nas prateleiras das livrarias, as mensagens que nos enviam para os telemóveis, tudo serve para nos convencer de que algo não vai bem em nós, e por isso necessita de ser mudado.

## **MANIPULAÇÃO MODERNA**

De um modo geral, as pessoas pensam que existem dois tipos de sociedade: a democrática, onde há liberdade de informação, racionalidade e esclarecimento,

variabilidade discursiva e diversidade de opiniões; e a sociedade fechada, seita, por exemplo, onde impera a manipulação das consciências. Até que ponto se pode polarizar a realidade social desta forma? Esta é, sem dúvida, uma forma de nos trazer alguma tranquilidade, mas não é, seguramente, o que corresponde à realidade.

Voltando à perspectiva daquele antropólogo, há muito dedicado às questões da comunicação, a manipulação existe para ele nas sociedades democráticas, mas agora com configurações muito mais sofisticadas do que a empregue nas sociedades conservadoras ou ditatoriais. O grau de sofisticação é maior e a despreocupação por parte dos cidadãos é também mais elevada<sup>4</sup>.

A despreocupação de que vivemos num mundo desideologizado, onde o que interessa é o pragmatismo das acções e das decisões deixa-nos vulnerabilizados e sem defesas perante os ataques cerrados dos interesses alheios. Especialmente a partir da «queda do Muro de Berlim», uma parte substancial de pessoas convenceu-se de que a partir daquele momento poderia deixar de se preocupar com a questão da influência ideológica. Daí para cá, o que conta é a eficiência e a eficácia, o rigor técnico e científico. As coisas avaliam-se não pela «conversa da treta», mas pelos resultados, dizem uns e pensam outros.

No passado, o conceito de propaganda era mais «visível», ficávamos de pé atrás. Hoje, a impreparação dos cidadãos e o adormecimento perpetrado pela ideologia liberal fazem-nos viver num estado límbico sem precedentes. Partimos do princípio de que em sociedades democráticas os meios para convencer serão também democráticos, enquanto que em sociedades fechadas os meios de convencimento serão a manipulação e a propaganda. Não damos atenção aos métodos porque consideramos que os valores em si são bons.

A questão central é que para um regime ditatorial torna-se difícil convencer a opinião pública sem a violentar, mas ao mesmo tempo há regimes democráticos que abrigam métodos de argumentação, de debate e de difusão de informação manipulatórios. Em alguns casos, pode dizer-se que há uma continuidade de métodos totalitários para os regimes democráticos<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Philippe Breton, *op. cit.*, pp. 23-24.

<sup>5</sup> *Ib.*, pp. 24-30.

A mesma opinião tem o sociólogo Adriano Duarte Rodrigues<sup>6</sup> sobre os processos manipulatórios, como a censura, para quem a coacção da liberdade não é exclusiva dos regimes opressores, como o Anterior Regime em Portugal. É um problema intrínseco ao próprio poder.

A ideia de que a censura possa estar completamente afastada dos países de regime democrático não corresponde à realidade. Ou seja, a dicotomia entre, por um lado, democracia igual a liberdade de expressão e, por outro, regimes totalitários iguais a opressão e censura, não deixa de ser uma imagem que paira no imaginário colectivo.

O autor defende que não existem sociedades sem censura, pois esta caracteriza qualquer sistema de poder; o que pode mudar de um para outro regime político são as modalidades de censura, e entre elas Adriano Rodrigues refere-nos duas: «Na modalidade guerreira predominam os mecanismos estratégicos da defesa e do ataque em relação a um inimigo e da ordem interna destinada a preservar a coesão do tecido social. Tudo o que tentar contra esta ordem e contra esta estratégia é impensável ou condenado à morte. Na modalidade despótica, a ordem ditada pelo déspota é a proibição dos discursos que escapam ao seu controlo».

Por isso, para este autor, a liberdade de expressão, mesmo nas sociedades democráticas, não passa de uma utopia. As razões para a sua legitimação baseiam-se em argumentos como «...em nome da utilidade social, do serviço público, em nome da maioria, em nome de Deus ou do capital ou de qualquer outra invenção mais ou menos generosa».

É claro que em sociedades democráticas há uma muito maior circulação de informação, característica bem identificadora das sociedades modernas. A questão que se põe é a de saber até que ponto as catadupas de informação não funcionam como ruído, para distrair e adormecer as audiências, desviando-as desta forma da reflexão dos problemas concretos que afectam a vida das pessoas.

## **MANIPULAÇÃO SUBTIL**

---

<sup>6</sup> Adriano Duarte Rodrigues (1985a), *Figuras das Máquinas Censurantes Modernas*, retirado da [www: http://bocc.ubi.pt](http://bocc.ubi.pt).

Voltando a Adriano Rodrigues, nos regimes democráticos, as delimitações da liberdade assumem formas mais subtis. «É a censura que obriga a dizer, a confessar os sentimentos, é a censura que obriga a suportar a tagarelice interminável que encontramos hoje em todos os meios de propaganda do poder e se derrama capilarmente pelo tecido social, nomeadamente através dos meios de comunicação de massa. Esta censura tem sobretudo horror ao silêncio».

Enquanto que no «...Estado Novo, era a palavra que era de facto perigosa; para o Estado democrático é o silêncio que é inquietante, perturbador, na medida em que representa o risco de deixar proliferar margens incontroladas pelas massas, pelas maiorias», acrescenta Adriano Rodrigues.

Distinguindo as velhas das novas fórmulas de censura, Ignacio Ramonet<sup>7</sup> afirma que, pelo facto de a censura ter mudado de modalidade não significa que ela não exista. A censura mudou foi de critérios, agora mais complexos, como os económicos, os comerciais, etc.

Antigamente a censura tinha contornos próprios, que para nós eram visíveis, mas a moderna censura tornou-se invisível, pois os poderes e influências são outros. Antes, a censura resumia-se ao lápis do censor; actualmente, há vários interesses a provocá-la.

O autor questiona-se sobre as novas formas de ocultar hoje a informação. E o mesmo responde que é através do aumento excessivo de informação: «a informação é dissimulada ou truncada porque há demasiada para consumir. E não chegamos mesmo a aperceber-nos da que falta».

A constituição das novas formas de censura radicam no excesso, no «matraquear» de imagens e de sons, ou de ideias, de preferência «em directo», o que representa uma forma de esconder algo, como foi a transmissão da guerra do Golfo «em Directo», acusa Ramonet.

A verdade será assim a verdade transmitida pelos meios de comunicação. Se a imprensa diz que algo é verdadeiro, porque não há-de sê-lo? É verdadeiro por que até são usadas altas tecnologias para transmitir os acontecimentos, e ainda para

---

<sup>7</sup> Ignacio Ramonet, *op. cit.* pp. 45, 48, 49 e 50.

mais «em directo». Como não temos possibilidade de confirmar cada informação que recebemos, só nos resta ter de confiar na veracidade da informação.

## **MANIPULAÇÃO COM CONSCIÊNCIA**

Como nos refere Breton<sup>8</sup>, o segredo está em convencer o receptor de que é livre, que não é manipulado. A manipulação discursiva é sem dúvida uma forma de violência, sendo que esta reside em reduzir ao máximo a liberdade do receptor, de forma invisível, para não se desmascarar perante a opinião pública.

A estrutura discursiva da manipulação é concebida no ventre da falsidade e abrange tanto a dimensão afectiva como a cognitiva. O acto manipulatório não pressupõe a aceitação do outro, mas a imposição de algo a que o outro se deve sentir obrigado a aceitar sem resistência; por isso, não há neste processo a argumentação, a troca. Trata-se de uma invasão no outro, sem que ele se aperceba da violência da intrusão.

A manipulação discursiva é feita com «palavrinhas mansas», ditas baixinho ao ouvido, para mais facilmente «tocar no coração». «O humano é um ser de convicções animado do desejo de convencer», refere Breton<sup>9</sup>. O acto de convencer é característico do ser humano. «O animal informa e exprime, mas nunca assume a postura de convencer», diz-nos o autor.

Só o homem tem a capacidade de influenciar os outros pelo convencimento. Apesar do grande desenvolvimento de algumas máquinas, só o homem consegue convencer e manipular, porque talvez só este tenha consciência e opinião própria, enquanto que a máquina ou o animal não. O uso da palavra, de forma consciente é, por certo, um predicado exclusivo do ser humano.

Comparativamente com o homem, o animal é previsível, pois aquilo que «anuncia» é o que faz. Quando emite uma mensagem de agressão, agride ou desiste, mas nunca faz outra coisa diferente. Pelo contrário, o homem tem a capacidade de anunciar uma coisa e fazer outra. «O homem é o único animal que mente», afirma Philippe Breton.

---

<sup>8</sup> Philippe Breton, *op. cit.*, pp. 24-30.

<sup>9</sup> *Ib.*, pp. 34-36.

## MANIPULAÇÃO DAS PALAVRAS

Fazendo realçar a importância da palavra nos sistemas políticos democráticos, Breton<sup>10</sup> defende que a democracia não pode ficar-se pelo sistema político. A democracia é indissociável da palavra, do argumento e do convencimento; o contrário da imposição manipuladora, a qual desconfirma e desqualifica o ser humano - não dá a oportunidade de julgar primeiro e decidir depois. A comunicação manipuladora é indiscutivelmente para ser aceite, de preferência de imediato.

Construir uma sociedade na base da manipulação é reduzir os indivíduos ao estatuto de ovelhas mansas, nela não tendo lugar a reflexão e a crítica. Pelo contrário, viver em sistemas sociais ou comunitários onde não impera a manipulação é viver num plano de igualdade, pois todos têm o direito à palavra, à dissonância, ao ruído.

Quando assim é, dá-se o desenvolvimento humano, pelo desenvolvimento dos processos cognitivos, afectivos e emocionais. Mas não só, com a discussão e a argumentação gera-se um campo de recomposição das posições individuais e grupais, graças às novas percepções da realidade que a contra-argumentação proporciona.

A palavra em liberdade é sempre sinónimo de ligação social, quer pela consonância, quer pela dissonância. Os laços sociais mantêm-se e reforçam-se mesmo por aquilo que por vezes divide os seres humanos. É a palavra que une os indivíduos e lhes faz desenvolver aquilo que consideramos humanidade.

Mutilar a palavra pela manipulação equivale a mutilar os homens e as mulheres, os grupos e as sociedades no que de mais essencial é para eles: os processos de interacção social. Sem interacção social os colectivos humanos não se configuram em sistemas de convivência e de solidariedade. No fundo, sem a palavra os indivíduos pouco mais seriam que coisas.

Por isso, a democracia é indissociável da palavra, defende Breton. A democracia está de tal forma identificada com o exercício da palavra que, quando este exercício retrocede ou é bloqueado, é o próprio sistema democrático que fica ameaçado. É pela palavra que nos sistemas democráticos aprendemos a viver e a

---

<sup>10</sup> *Ib.*, p. 41.

conviver, como é pela palavra que aprendemos a respeitar o outro. É, ainda, pela palavra que em democracia podemos escolher aquilo que cada um julga ser o melhor para si.

A palavra é um símbolo, e porque símbolo, pode constituir-se em violência simbólica, podendo esta substituir a violência física e outros tipos de violência. A vantagem da violência simbólica, exercida por via da palavra e das suas manipulações, é que deixa os corpos intactos, apesar de o mesmo não acontecer com a mente.

Nos tempos que correm, mais do que travar guerras físicas ou com qualquer tipo de armamento, as «verdadeiras» guerras são travadas com as armas do discurso para imporem determinados sistemas de conhecimento. Não se trata aqui de defender qual dos sistemas de conhecimento é o melhor ou o mais verdadeiro; trata-se de os reconhecer e de lhes fazer frente para não ficarmos escravos de nenhum – catolicismo, protestantismo, islamismo, fascismo, liberalismo, pragmatismo, economicismo, árabes, israelitas, ocidente, oriente, etc.

Estamos perante redes de ideologia, que escondem preferências, interesses e objectivos. São ideias, conceitos e preconceitos articulados que constituem um quadro ou um sistema. Tais sistemas filtram a realidade, dão-lhe sentido e orientam as percepções e a acção humana em função de...

Não deixa de ser curioso verificar que o século XX foi pródigo em difusão de sistemas de conhecimento: a revolução soviética, o regime fascista, o regime nazi, etc. Mas só os sistemas de conhecimento político? Também a religião se enquadra nestes parâmetros, bem como a vida nas organizações.

As organizações de trabalho são em Portugal um exemplo bem típico da sujeição a sistemas de conhecimento bem determinados. É o caso da inconveniência das mulheres em determinados sectores de actividade, do «envelhecimento» dos quadros de pessoal, que é necessário «rejuvenescer», da liberalização de horários para «melhor responder às necessidades do mercado», da normalidade de salários em atraso, porque «a situação está má», da deslocalização de empresas para regiões onde as «condições são mais favoráveis», da normalidade das empresas e instituições reterem para fins de interesse próprio os descontos para a segurança

social, dos seus colaboradores, etc. Todos estes enviesamentos estão a ser impostos e expostos como processos de normalidade.

As tecnologias de informação e comunicação são outro exemplo de como um meio se transforma em fim. Desde a proposta utópica do grupo dos «*cibernéticos*» no pós-guerra que se começou a acreditar que tudo se resolveria pela ideologia da informação e da comunicação. No campo político, alguns pensam que podem, pela palavra, resolver todos os problemas e acalmar todas as inquietudes, desde que haja «diálogo».

É uma perversão que não pode deixar de ser denunciada. A acção humana não pode reduzir-se ao acto ou ao processo de comunicação em si. A comunicação é importante e decisiva para o desenvolvimento cognitivo, afectivo e emocional do ser humano, mas não basta. Entre outras coisas, são necessários valores para comandar e inspirar a vida, e é altamente recomendável determinação e acção para concretizar as ideias e os valores.

As palavras ou os discursos em si mesmos podem não ter qualquer significado, a menos que a vontade humana lhes dê vida e sentido. A comunicação pela comunicação não tem nem produz efeitos mágicos, como alguns querem fazer crer. A ideologia do diálogo é interessante do ponto de vista estético, mas nunca deu de comer aos pobres ou resolveu problemas políticos ou científicos.

E qual o papel dos meios de informação neste panorama da comunicação e do discurso? Não raras as vezes, os meios de comunicação criam ou alimentam quadros ideológicos específicos, através dos seus textos. A campanha contra a invasão dos Estados Unidos no Iraque ou o favoritismo pelo candidato às presidenciais americanas John Kerry, realizadas em Novembro de 2004, ou ainda o reforço do estereótipo de ignorância do Presidente americano George Bush, e o quase esquecimento da mentira de Bill Clinton ao seu país, são bem o exemplo do desvirtuamento da função e do papel da comunicação social na sociedade, ao optar por um dos lados.

Não é aqui o lugar adequado para fazer julgamentos morais de um ou outro aspecto atrás referido. O que se pretende salientar e questionar é, de facto, o papel da comunicação social relativamente às funções de informação. Será que podemos tomar a apologia pelo processo de informação ou comunicação? Será função dos

órgãos de comunicação tomar partido por um dos lados e defendê-lo como sendo o melhor? Mesmo que seja, de facto, a melhor opção, se é que é possível equacionar as coisas nestes termos, quem delegou aos órgãos de informação tal desígnio?

Por muito justas que nos pareçam determinadas posições, não cabe à comunicação social, enquanto órgãos de informação, tomar o partido desta ou daquela posição – isso é matéria de decisão de cada sujeito, grupo ou comunidade. Veja-se a este propósito o artigo do Director do jornal «Expresso», José António Saraiva<sup>11</sup>, cuja legenda identifica as duas fotografias da sua crónica semanal: «A aversão a Bush prejudicou a lucidez de Mário Soares na análise das eleições americanas».

E mesmo quando o eleitorado tomou a decisão de votar no candidato A e não no B, que direito têm os «comunicadores» de julgar o comportamento eleitoral, só porque o resultado não se pauta pelo quadro ideológico ou corresponde às expectativas que determinados jornalistas ou «*opinion makers*» tinham à partida?

Não será porventura este desvio um processo de manipulação, o pretender conduzir a opinião num determinado sentido, querer convencer as audiências de que estes são bons e aqueles são maus? É que, na realidade, o sistema democrático não está à beira do abismo para que nele tenhamos de intervir nesses termos.

No caso das eleições para as presidenciais americanas, ou outras quaisquer, será que os articulistas não tomam consciência de que não há eleitores bons e eleitores maus, nem eleitores consciente ou inconscientes, cultos ou ignorantes, mas cada voto é no cenário democrático exactamente um voto? Se assim tivesse de ser, teríamos que nos questionar sobre o padrão de referência que pauta o julgamento dos cavaleiros da liberdade universal.

Uma outra questão levantada por Philippe Breton<sup>12</sup>, no âmbito da manipulação da informação, é claramente o problema do racismo e da xenofobia. Por vezes, verifica-se na sociedade a tentativa de renovar ou reforçar a identidade, não na base da cidadania, mas na de uma pertença «étnica» fantasiada, que permita os argumentos necessários a uma exclusão do outro. Nestes contextos argumentativos, o estrangeiro é visto como a causa de todos os males da sociedade, e estes

---

<sup>11</sup> Soares e Bush, «Expresso», de 13 de Novembro de 2004.

<sup>12</sup> *Op. cit.*, pp. 54-55.

desaparecerão quando a fonte de todos eles for afastada – os estrangeiros. É o que se passa no discurso de alguns responsáveis e líderes políticos que, de forma mais ou menos explícita, transmitem através dos meios de comunicação.

Uma outra dimensão da manipulação reside na publicidade, diz ainda Breton. A publicidade molda as consciências, no sentido de conduzir as pessoas a acreditarem que as suas vidas se devem submeter a uma filosofia de consumo, como forma natural da vivência e convivência humanas. Por conseguinte, a publicidade consegue justificar aquilo que previamente fundamentou: a sociedade de consumo, própria de uma economia liberal<sup>13</sup>.

De uma forma mais abrangente, Breton considera que a manipulação da palavra é a consequência da sua tecnicização, a qual se viu desenvolvida para substituir a violência física. Por conseguinte, a violência física primária projecta-se num nível de violência simbólica. Como consequência, a vingança, tanto da violência física como da simbólica, é nas sociedades modernas, remetida para os «profissionais» do discurso: o aparelho judiciário, por exemplo. O equilíbrio social é assim conseguido pela regulação do discurso; nele se joga a vida dos indivíduos e dos grupos.

O recurso às técnicas de manipulação acentuou-se a partir do século XX: na política, com a propaganda, no jornalismo, com a distorção da informação, nas organizações e nas empresas, com as relações públicas, com o marketing e com a publicidade, nas forças armadas modernas, com a desinformação.

As técnicas de manipulação vão-se desenvolvendo e aperfeiçoando, à medida que as sociedades modernas vão aumentando o seu nível de conhecimentos e os seus cidadãos apresentam maiores índices de desenvolvimento educacional<sup>14</sup>.

Uma forma de manipulação é a desinformação. Breton dá-nos a seguinte definição: «...a desinformação é uma acção que consiste em levar um receptor, que deliberadamente se pretende enganar, a tomar por válida uma certa descrição da realidade, favorável ao emissor, fazendo-a passar por informação segura e verificada».

---

<sup>13</sup> Philippe Breton, *op. cit.*, pp. 60-63.

<sup>14</sup> *Ib.*, pp. 78-81.

Em jeito de síntese, podemos dizer que a manipulação procura agir sobre os outros coercivamente. O processo de manipulação, através das palavras, recorre aos sentimentos (fazendo recurso à sedução, à estética, ao medo) e às falsificações de raciocínio mais deliberadas (como é o caso dos enquadramentos deformados e das amálgamas de argumentos).

### **MANIPULAÇÃO DOS AFECTOS**

De acordo com Breton<sup>15</sup>, o processo de manipulação consiste em enfraquecer ou entorpecer o entendimento, num esforço para que o receptor abra a porta da sua mente a conteúdos, que de outro modo não permitiria. Nesta acepção, até a sedução é uma forma de violência, que tem por objectivo retirar tanto quanto possível a liberdade aos receptores.

A manipulação dá-se quando a adesão pretendida à mensagem não corresponde ao conteúdo da própria mensagem. O seu mecanismo assenta na criação da ilusão de que o emissor da mensagem nela se projecta ou nela está representado. Neste caso, tudo se passa como se, por exemplo, uma «jovem atraente» dissesse para a audiência: «se quer ser sedutora como eu, compre este creme anti-rugas».

Breton cita Bellenger, com a seguinte frase, para demonstrar o perfil do sedutor: «O sedutor é aquele que faz ou diz o que é preciso no momento desejado: dá provas de total obediência à oportunidade... O sedutor assemelha-se a tudo aquilo que se aproxima...».

A manipulação afectiva pode ter uma abrangência quase sem limites. Vendo as coisas do lado das audiências e dos receptores individualmente, e do ponto de vista emocional, podemos dar como exemplo uma histeria colectiva, que pode levar as pessoas a ver o mesmo fenómeno. Outro exemplo é o boato, pois é absolutamente possível que este se transforme numa realidade para centenas ou milhares de pessoas. E, no caso de uma superstição colectivamente partilhada, esta não precisa de provas, pois vale por si<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> *Ib.*, pp. 84-87.

<sup>16</sup> Paul Watzlawick (1991: 75-77), *A Realidade é Real?*, Lisboa, Relógio d'Água.

E por que tem de ser assim? Porque o comportamento de cada indivíduo que faz parte do mesmo sistema interaccional determina e é determinado pelo comportamento do outro<sup>17</sup>. Ou seja, não é anódino o facto de vivermos em sociedade ou pertencermos a redes de relações de sociabilidade. Os indivíduos, quando inseridos em sistemas sociais, agem e reagem de forma diferente daquela que seria se estivessem sozinhos. Os mecanismos de mimetismo e de imitação são nestes contextos factores determinantes, e neles a manipulação tem as condições ideais para se expandir.

As emoções são um filão para a televisão, para a imprensa cor-de-rosa e para a imprensa sensacionalista. Para Ignacio Ramonet<sup>18</sup>, a hiper-emoção é uma outra forma de sobre-informação. Dá como exemplo a seguinte afirmação: «se a emoção que experimentais ao ver o telejornal é autêntica, então a informação é verdadeira». A ideia divulgada de que existe uma «inteligência emocional» conduz os meios de comunicação ao «espectáculo do acontecimento».

Sabemos bem como a televisão pode explorar, até à exaustão, os sentimentos dos telespectadores, na mira de manter ou conquistar audiências. É o caso de telejornais que desenvolvem a informação a partir do mórbido, do horror ou da dimensão íntima das pessoas, pois sabem que há indivíduos com certas «propensões» para verem tudo o que seja «choque». Ou, então, os «*reality shows*» que exploram até aos limites aquilo que até há bem pouco tempo seria impensável, como é o caso de programas como o «*Big Brother*», a «Quinta dos Famosos», e outros ainda mais típicos.

## **MANIPULAÇÃO COGNITIVA**

Breton<sup>19</sup> distingue duas técnicas principais de manipulação cognitiva. Uma diz respeito ao enquadramento manipulatório; a outra ao amálgama. O enquadramento manipulatório refere-se à utilização de elementos que o interlocutor já conhece e aceita, reordenando-os de tal forma que ele tenha dificuldade em opor-se-lhes; o amálgama diz respeito à proposta de um enquadramento dos factos, ao qual se

---

<sup>17</sup> *Ib.*, p. 93.

<sup>18</sup> Ignacio Ramonet (1999: 21), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.

<sup>19</sup> Philippe Breton (2002: 107), *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.

acrescenta um elemento suplementar, convincente, constituindo, desta forma, um enquadramento indevidamente aumentado.

Voltando à desinformação, ou, como os teóricos da Escola de Palo Alto costumam designar, o *paradoxo comunicacional*, é uma manipulação cognitiva, para a qual o ser humano não está preparado para com ela lidar durante muito tempo.

Quando o ser humano se defronta com a desinformação ou a informação deturpada fica confuso, e a confusão provoca-lhe estados que vão da simples perturbação ao estado de angústia mais agudo<sup>20</sup>. Em situações de permanentes processos paradoxais, a confusão pode gerar perturbações do foro psicossomático. É o caso do chamado «*Double-bind*», que se refere a uma dupla informação, contraditória, à qual o receptor tem dificuldade em responder e em não responder, pois uma informação anula a outra<sup>21</sup>.

Os paradoxos comunicacionais induzem no ser humano à paralisia comportamental, o que lhe causa sofrimento. Por isso, perante a contradição informativa, os indivíduos são «compulsivamente» levados a procurar a estrutura e a ordem, como forma de arrumarem as coisas na sua mente<sup>22</sup>.

Tal como os ratos adquirem «neurose de laboratório» devido à informação contraditória, também o ser humano fica perturbado por este mecanismo – e por isso foge dele. Por quê? Porque os humanos, tal como os ratos, necessitam de comportamentos rituais, de uma ordem; têm dificuldade em viverem no caos<sup>23</sup>.

A desinformação tem efeitos sobre a percepção, as atitudes e as opiniões dos indivíduos. Como o homem tem necessidade de dar ordem às coisas, quando se encontra em contextos de maioria, acaba por negar-se a si próprio, adoptando as atitudes e as opiniões dos outros, mesmo que elas sejam contrárias às suas<sup>24</sup>.

Mais importante que a informação é, no entanto, o contexto da sua produção e da sua recepção. Ou seja, é o contexto que define o sentido das mensagens. É como se o contexto fosse uma segunda mensagem que descodifica o sentido da

---

<sup>20</sup> Paul Watzlawick (1991: 13), *A Realidade é Real?*, Lisboa, Relógio d'Água.

<sup>21</sup> Paul Watzlawick et al. (1989), *Une Logique de la Communication*, Paris, Edition du Seuil.

<sup>22</sup> Paul Watzlawick (1991: 23 e 49), *A Realidade é Real?*, Lisboa, Relógio d'Água.

<sup>23</sup> *Ib.*, pp. 50-51.

<sup>24</sup> *Ib.*, pp. 53, 82 e 84.

primeira. E os contextos podem ser dados por diferentes meios, como a família, a escola, a empresa, as religiões, ou os meios de comunicação social<sup>25</sup>.

A língua é o veículo não só transmissor dos conteúdos informativos, mas também das visões que cada um tem do mundo. Esta visão é dada por uma ordem, ou seja, por uma teoria (sistema de conhecimento) que define o que deve ser visto e como deve ser visto<sup>26</sup>.

Ao defrontar-se com a desinformação ou a falta de informação, os indivíduos têm necessidade de impor uma ordem aos acontecimentos, de dar-lhes uma pontuação sequencial, por forma a que para eles tenha sentido<sup>27</sup>. Esta pontuação é dada pelo quadro de referência pessoal ou, se quisermos pelo seu sistema de conhecimento. É o sistema de conhecimento que preenche os vazios de significado, que fecha os círculos de informação, por forma a que os indivíduos não se sintam desconfortáveis.

Quando os indivíduos se encontram perante a falta de informação acabam por ver aquilo em que acreditam, e aquilo em que acreditam são os sistemas de conhecimento anteriormente adquiridos e sedimentados. Por isso, dificilmente se altera um ponto de vista, quando existe uma conjuntura que lhe dá suporte<sup>28</sup>. A informação nova, as situações imprevistas, são sempre aferidas pelos quadros de referência de que os indivíduos são já portadores.

Uma outra forma de manipulação cognitiva é-nos dada por Ignacio Ramonet<sup>29</sup>, para quem o excesso de informação é uma estratégia da não informação. Já o pensador francês Edgar Morin<sup>30</sup> há muito nos tinha alertado, na sua obra *Introdução ao Pensamento Complexo*, para este efeito pernicioso, dizendo que o excesso de informação se transforma em ruído. Nesta perspectiva, o excesso de informação será uma forma de despistar a atenção do receptor ou das audiências daquilo que deveras deve merecer a sua atenção. Será uma espécie de manobra de diversão.

E é neste sentido que Ramonet nos dá um conjunto de exemplos de manipulação cognitiva, no âmbito do excesso de informação, para desviar os

---

<sup>25</sup> *Ib.*, p. 65.

<sup>26</sup> *Ib.*, p. 18, 61 e 62.

<sup>27</sup> *Ib.*, p. 89.

<sup>28</sup> *Ib.*, pp. 33 e 54.

<sup>29</sup> Ignacio Ramonet (1999: 8, 13 e 16), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.

<sup>30</sup> Edgar Morin (1995), *Introdução ao Pensamento Complexo*, Lisboa, Instituto Piaget.

indivíduos das questões centrais. São os casos do comportamento da imprensa relativamente à morte de Lady Diana e de Dodi Al-Fayed em Paris, em 13 de Agosto de 1997; as relações do Presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, com a estagiária Mona Lewinsky, em Janeiro de 1998, mas também a forma como a imprensa deu cobertura às posições do Procurador americano relativamente a este caso; a guerra do Golfo em 1991; o processo O. J. Simpson, nos Estados Unidos; a crise de Tienanmen, na China; a Roménia, a Bósnia, a crise israel-árabe, a guerra no Iraque, e tantos outros que são do domínio público.

### **UM HOMEM SEM INTERIOR**

Apesar da manipulação ser uma forma de violência, o ser humano acaba por se «adaptar», mais que não seja, por uma questão de sobrevivência, aos processos manipulatórios, como se de normalidade se tratasse.

O resultado deste tipo de condicionamento, pelos processos de comunicação, revela-nos um homem dirigido pela exterioridade relacional – um homem sem interior. O que conta é o exterior da informação que o cerca, e não o universo axiológico da sua própria interioridade.

Este é o tipo de homem em que nos tornámos, resultado de uma sociedade de comunicação e informação. O homem moderno, saído da transparência social a que agora todos estamos obrigados, tem de expor-se para ser aceite e poder afirmar-se. Tudo serve para ser mostrado e comentado.

Os valores que regem a nova sociedade de comunicação impelem o homem à demonstração do que ele é, mesmo nos pormenores da sua vida mais íntima. Ao público tudo interessa, tudo serve para exhibir e ganhar dinheiro ou notoriedade: actos de vida, de morte, de sexo, de sofrimento, e aquilo que de mais sagrado há na vida de cada um. Trata-se da exibição de intimidade, não no que ela tem de valor, mas o que ela pode revelar de insólito e de macabro.

Que importa a timidez das pessoas perante as câmaras de televisão, o pânico dos sujeitos que participam em determinados programas televisivos, os segredos que dão segurança a cada um dos seres humanos, se o mais importante é o interesse que as audiências mostram pelo esventrar da vida alheia (ou a gula dos produtores e realizadores de determinados programas televisivos)?

Isto revelou-nos, especialmente desde a década de 40, o «*homo communicans*», que é aquele que se define e afirma pela sua capacidade de receber e dar informação, qual *caixa negra*, cuja existência e sobrevivência residem no *input* e no *output* informativos<sup>31</sup>.

Estamos perante um homem «pavloviano», que age e reage em função daquilo que os outros dizem, um homem que, para usar as palavras do sociólogo americano David Riesman, é extradeterminado<sup>32</sup>. Este não assenta a sua vida sobre os valores tradicionais ou familiares, à semelhança do homem intradeterminado. Os seus valores residem na exterioridade dos processos comunicacionais.

O homem extradeterminado rege-se por aquilo que os outros pensam, sem se aperceber que está aprisionado ao mundo social, que são os outros que comunicam e controlam os seus sistemas de conhecimento. Não admite, de forma alguma, que esteja a ser manipulado, pois ele sente que tem a liberdade de escolher os meios de comunicação que a sociedade lhe disponibiliza – e por isso sente-se um homem livre.

Um homem assim foi, no seu processo de socialização, «acorrentado» ao conformismo que a manipulação informativa lhe impôs. A sociedade, no decorrer do tempo da sua formação individual e social, conseguiu conformá-lo à ideia de que é um homem livre e que a sua liberdade assenta no livre arbítrio informativo. Mas cabe-nos perguntar: que opções informativas tem o sujeito? Quem lhas dá, e com que finalidades?

Não podemos deixar de considerar que estamos perante um novo tipo de individualismo. Falamos de um homem que não se estrutura na base das relações primárias; um homem que não beneficia das influências e dos filtros daqueles que lhe estariam mais próximos. Estamos perante um homem que percepção, sente e age em função das estatísticas, que lhe são fornecidas pelos diferentes meios, das sondagens dos estudos de mercado, das mensagens publicitárias que o seduzem, das campanhas de relações públicas que lhe dirigem convites, dos apelos dos políticos e da informação «isenta e objectiva» dos meios de comunicação social. A base da sua vida e a razão da sua existência é, sem dúvida, a comunicação e a informação.

---

<sup>31</sup> Philippe Breton (1994: 45-58), *A Utopia da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.

<sup>32</sup> Philippe Breton (2002: 158-160), *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.

A segmentação social caminha neste cenário a progredir a passos largos. O apelo constante à individualidade, ao seu corpo, à sua mente, às suas decisões, independentemente de qualquer laço social, impõem-lhe uma lógica atomizante, que o desliga do passado, do presente e do futuro. Não há neste tipo de homem processos históricos, o que conta é a «fenomenologia» do presente.

### **A IDEOLOGIA DO «DIRECTO»**

O homem reporta-se ao aqui e agora. Tudo se reduz ao que a informação do momento lhe determina: os resultados dos «estudos», o perfil que os outros julgam mais adequado, as expectativas que os outros têm em relação a si e ao seu desempenho (às vezes futuro), os índices atitudinais que os outros manifestam face ao seu comportamento ou às suas decisões.

Esta obsessão pelo aqui e agora da informação leva Ignacio Ramonet<sup>33</sup> a acusar a falsa ideia de que há maior credibilidade pelo facto de se estar «em directo». Os difusores de informação pretendem pôr em prática uma estratégia de informação «em contínuo e em tempo real». Os meios de comunicação querem-nos fazer crer que, entrando imediatamente «em directo» nos dão a ideia de uma realidade viva, verdadeira e actual.

Para isso, não se importam de contactar uma qualquer pessoa que se encontre por acaso no local e que conte o que sabe, seja ele pouco, falso, ou mesmo um boato, desde que seja «em directo», legitimará o que lhe é associado, em termos de informação. A ideologia do «directo» pretende provocar o «efeito do real», derivado da garantia de autenticidade de quem está no terreno.

Com base nesta ideologia, é importante que a comunicação social sonde, democraticamente, «todos» os cidadãos sobre os mais diversos assuntos da vida nacional ou local. É a entrevista que se faz ao empregado de uma loja comercial da Baixa lisboeta para saber a sua opinião sobre o andamento dos negócios e as políticas económicas do país; é a reportagem que se faz a uma eminente figura social sobre os sem-abrigo na cidade do Porto; é a inquirição que se faz a um transeunte de uma determinada localidade se considera correcta a forma como os peritos estão a

---

<sup>33</sup> Ignacio Ramonet (1999: 34-35), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.

proceder para desencalhar um barco que ficou aprisionado nas areias de uma praia em Espinho. Ou, então: um zeloso jornalista que, «em directo», pergunta inteligentemente a um qualquer mirone: «o que acha da forma como os bombeiros estão a combater o fogo» na serra da Arrábida. Tudo serve para democraticamente interrogar, mesmo que a pessoa sobre o assunto nada perceba ou tenha sequer o direito a pronunciar-se. «Tudo é comunicação», como defendem os seguidores da Escola de Palo Alto.

### **UM TOQUE DE INDIVIDUALISMO**

Este é o preço que temos de pagar pela «autonomia individual». Os laços sociais estão progressivamente a ficar mais ténues, pois já não necessitamos dos outros para nos transmitirem valores e experiências ou apoiarem na descodificação das mensagens. A descodificação vem já feita; a mensagem está já pronta a ser usada, consumida. Tudo isto faz parte do processo de liberdade e de autonomia que caracteriza a vida social moderna.

Será que, apesar de tanta «comunicação» e informação, o homem moderno pode afirmar-se mais livre e autónomo do que os seus antepassados? Será que pelo facto de haver mais meios de comunicação, muitas mais mensagens, uma enorme circulação de dados na Internet, muitos programas de televisão, maior facilidade no acesso a novos conhecimentos, etc., o homem é mais feliz, ou sequer mais bem formado e informado?

Numa tentativa de quebrar os silêncios e desfazer o isolamento da sociedade de massas, a ideologia da comunicação, que criou a segmentação, pretende agora criar uma nova comunidade, cujos laços consistam nos fluxos de comunicação e de informação. Para contrariar a atomização dos indivíduos nas sociedades modernas, os ideólogos do bem estar propõem um novo olhar: uma sociedade no sentido da globalidade, onde não haja separações – que tudo seja ligado pela comunicação, e já agora, para alguns políticos, que o todo seja unânime e conforme aos seus anseios.

A proposta de Breton<sup>34</sup>, é a de que é necessário estar-se atento às tentativas de construir o holismo, que pretensamente pretendem combater o individualismo e

---

<sup>34</sup> Philippe Breton (2002: 160-167), *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.

o isolamento; uma espécie de regresso ao passado bucólico. Uma espécie de comunhão, unânime, conforme aos novos padrões, cheia de virtude fusional, onde o «eu» desaparece para dar lugar ao todo poderoso «nós». Numa palavra: mais uma forma de manipulação.

Qual, pois, o papel da comunicação social em geral e dos jornalistas em particular? Até que ponto estão estes profissionais isentos de culpa no que se refere à manipulação transmitida, para além daquela que é por eles forjada? Bastará transmitirem a posição de determinada parte, por oposição a outra? E quando esta transmissão arruina por completo uma delas, sem que posteriormente a verdade seja reposta? O culto da «neutralidade» e da «objectividade» não passa também ele de uma forma corporativista de manipulação e legitimação profissional.

E que dizer do recurso que os jornalistas fazem ao anonimato das fontes de informação? Será este mecanismo moralmente legítimo para o jornalista se esconder da sua responsabilização por aquilo que afirma, muitas vezes sem confirmação da informação fornecida?

## **POLÍTICA E MANIPULAÇÃO DISCURSIVA**

Como vimos atrás, a manipulação das palavras não é nada de novo. Já o salmista rei David contestava o uso indevido desta competência humana, no Livro de Salmos<sup>35</sup>: «1. Porque te glorias na maldade, ó homem poderoso? Porque te glorias o dia todo, tu que és uma vergonha aos olhos de Deus? 2. A tua língua intenta o mal, como uma navalha afiada, traçando enganos. 3. Tu amas mais o mal do que o bem, e mais a mentira do que falar conforme a rectidão. 4. Amas todas as palavras devoradoras, ó língua fraudulenta!».

Sobretudo, os políticos não se coíbem de mentir descaradamente aos seus eleitores ou, perante as câmaras de televisão, manipular textos ou dados estatísticos. Não será por acaso que, num estudo encomendado pelo *Forum Económico Mundial de Davos*, que abrangeu 50 mil respondentes, oriundos de cerca de 60 países, mais de metade considera que os líderes políticos são desonestos, acumulam excesso de poder, deixam-se facilmente influenciar e revelam

---

<sup>35</sup> Livro de Salmos, 52: 1-4.

comportamentos que muito devem a uma boa conduta ética, refere o jornal «Expresso»<sup>36</sup>.

Para Dorozynski<sup>37</sup>, os políticos revelam dificuldade em não usar da manipulação no exercício das suas funções. Na sua ânsia de dominar os outros, os políticos «substituem factos por factóides», espalham a confusão, de forma a enganar com eficácia.

E quando os políticos se mantêm no poder por um período de tempo prolongado, de forma não democrática, conseguem desenvolver um conjunto de estratégias discursivas manipulatórias, que subvertem a realidade dos factos a seu favor: palavras ocas, despojadas de qualquer sentido original para assumirem outras significações.

Dorozynski dá-nos um conjunto de expressões que servem de exemplo para melhor percebermos este mecanismo de manipulação: «a misteriosa recta curva de Lenine referida pelo escritor Babel»; a célebre expressão de George Orwell, em que os «animais são todos iguais, mas alguns são mais iguais do que outros»; «balanços globalmente positivos»; «o estado actual de decadência»; os «idealistas», normalmente considerados subversivos; o «obscurantismo» da oposição; o «homem novo» que agora emerge, etc.

O autor traz-nos mais exemplos de como se pode manipular no campo da política. É o caso da «democracia popular», como se fosse possível haver democracia que não seja popular; o «socialismo», que não sabemos qual deles está em causa: o que emergiu da revolução soviética, ou o que designava a ideologia hitleriana, conhecido como Nacional Socialismo ou, ainda, o «socialismo de rosto humano»?

A manipulação das palavras não se fica por aqui. Quando falamos de fascismo, a que nos referimos? E o «revisionismo», o «conservadorismo», a «direita», a «esquerda», o «centro», a «direita cristã», a «social democracia», o «reaccionarismo», e todos os outros «ismos»?

Para ilustrar a vacuidade das palavras no discurso político, Dorozynski dá como exemplo uma afirmação de Adolf Hitler, como se de um slogan magistral se tratasse: «a cada um o que é seu», como forma de compromisso entre «a

---

<sup>36</sup> «Expresso», 20 de Novembro de 2004.

<sup>37</sup> Alexandre Dorozynski *et al.* (1982 : 51-55), *A Manipulação dos Espíritos*, Lisboa, Assírio e Alvim.

propriedade para toda a gente» no Leste e o «capital para os capitalistas» no Ocidente.

Uma outra expressão muito usada na manipulação política, e mesmo pelos profissionais da informação, é a conhecida «opinião pública». Que significa isto? Será que ela de facto existe? Será que estamos a partir do princípio de que as pessoas ainda se reúnem em cafés e salões, como no século XIX, para discutirem ideias e formarem correntes de opinião?

Não estaremos, porventura, a confundir «opinião pública» com um agregado de opiniões individuais, que periodicamente os computadores agregam, como resultado de um inquérito ou de uma rápida sondagem de opinião feita pelo telefone?

Como se forma a opinião pública nas sociedades actuais? Sendo que a vida moderna isola as pessoas física e psiquicamente umas das outras, só a comunicação social tem capacidade para levar, directamente, até aos receptores a informação do quotidiano e propor-lhes assuntos para entrarem na ordem do dia. Mas como os laços sociais entre os indivíduos são de baixa densidade, há uma fraca coesão social, para usar a expressão do sociólogo Émile Durkheim; não lhes é difícil fazer trocas ou participarem de sistemas interaccionais face-a-face.

Quando falamos de «opinião pública», de que falamos? Não será, porventura, um acto de legitimação de alguns profissionais para se mostrarem autorizados a falar ou a actuar em nome das pessoas, da dita «opinião pública»? É, de facto, uma expressão que dá muito jeito a quem dela se apropria.

## BIBLIOGRAFIA

- BATESON, Gregory (1987), *Natureza e Espírito*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- BERGER, Peter e Thomas Luckmann (1973) *A Construção Social da Realidade*, Rio de Janeiro, Editora Vozes.
- BERGER, Peter e Thomas Luckmann (1999), *A Construção Social da Relaidade*, Lisboa, Dinalivro.
- BENESCH, Helmut e Walter Schmandt (1982) *in* Dorozynski, Alexandre, *A Manipulação dos Espíritos*, Lisboa, Assírio e Alvim.

- BOURDIEU, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.
- BRETON, Philippe (1994) *A Utopia da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- BRETON, Philippe (2002), *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.
- CAZENEUVE, Jean (Direcção) (s/d), *Guia Alfabético das Comunicações de Massas*, Lisboa, Edições 70.
- COMSKY, Noam (2001), *Nova Iorque, 11 de Setembro*, Lisboa, Editorial Caminho.
- CORREIA, João Carlos (1998), *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, UBI.
- COUTINHO, Jorge (2003), *Filosofia do Conhecimento*, Lisboa, Universidade Católica.
- DIAS, A. Fernando Nogueira (1999), *A Imprensa Escrita, a Droga e a Toxicodependência: Da Massificação à Estereotipia dos Discursos*, Tese de Doutoramento em Sociologia, UBI.
- DIAS, Fernando Nogueira (2001a), *Droga e Toxicodependência na Imprensa Escrita, Discurso e Percurso*, Lisboa, Instituto Piaget.
- DIAS, Fernando Nogueira (2001b), *Sistemas de Comunicação, de Conhecimento e de Cultura, um Olhar Sociológico*, Lisboa, Instituto Piaget.
- DOROZYNSKI, Alexandre *et al.* (1982), *A Manipulação dos Espíritos*, Lisboa, Assírio e Alvim.
- ELIAS, Norbert (1994), *Teoria Simbólica*, Oeiras, Celta Editora.
- ESTEVES, João Pissarra (1998), *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e JNICT.
- FESTINGER, Leon (1975), *Teoria da Dissonância Cognitiva*, Rio de Janeiro, Zahar Editores.
- GASSET, Ortega y (1989), *A Rebelião das Massas*, Lisboa, Relógio d'Água.
- GUIDDENS, Anthony (1992), *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta Editora.
- JORNAL «EXPRESSO», de 20 de Novembro de 2004.
- LE WINTER, Oswald (2002), *Democracia e Secretismo*, Publicações Europa-América, Mem Martins.
- LÓPEZ, Gabriel Galdón (2003), *Desinformação e os Limites da Informação*, Lisboa, Folhas e Letras.
- KRISTEVA, Julia (s/d), *História da Linguagem*, Lisboa, Edições 70.
- LÉVY, Pierre (1994), *As Tecnologias da Inteligência*, Lisboa, Instituto Piaget.

- LYOTARD, Jean-François (1989), *A Condição Pós-moderna*, Lisboa, Gradiva.
- MORIN, Edgar (1995), *Introdução ao Pensamento Complexo*, Lisboa, Instituto Piaget.
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1988), *Formas de Censura Oculta na Imprensa Escrita em Portugal no Pós 25 de Abril* (Dissertação de Doutoramento em Sociologia), Universidade Técnica de Lisboa.
- PARSONS, Talcott (1969), *Sociedades, Perspectivas Evolutivas e Comparativas*, São Paulo, Livraria Pioneira Editora.
- PARSONS, Talcott (1974), *O Sistema das Sociedades Modernas*, São Paulo, Livraria Pioneira Editora.
- QUIVY, Raymond *et al.* (1992), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.
- RAMONET, Ignacio (1999), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.
- REBELO, José (1998), *Contribuição para o Estudo das Práticas Discursivas do Salazarismo*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia, ISCTE.
- REBELO, José (2000), *O Discurso do Jornal*, Lisboa, Notícias Editorial.
- RODRIGUES (1990), Adriano Duarte, *Estratégias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1994), *Comunicação e Cultura, A Experiência Cultural na Era da Informação*, Lisboa, Editorial Presença.
- SAPERAS, Enric (1993), *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massa*, Porto, Edições ASA.
- SFEZ, Lucien (1994), *Crítica da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- TOFFLER, Alvin (1991), *Os Novos Poderes*, Lisboa, Livros do Brasil.
- WATZLAWICK, Paul *et al.* (1989), *Une Logique de la Communication*, Paris, Editions du Seuil.
- WATZLAWICK, Paul (1991), *A Realidade é Real?*, Lisboa, Relógio d'Água.
- WATZLAWICK, Paul (1993), *A Pragmática da Comunicação*, São Paulo, Editora Cultrix.
- WIENER, Norbert (s/d), *Cibernética e Sociedade*, São Paulo, Editora Cultrix.

#### **REVISTAS CIENTÍFICAS**

- AAVV (Org. Nelson Traquina), (2000), *Jornalismo 2000*, «Revista Comunicação e Linguagen», Nº 27, de Fevereiro de 2000.

MESQUITA, Mário (Org. de), (1995), "Comunicação e Política", *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, Edições Cosmos, 21-22.

WOLTON, Dominique (1995), "As Contradições do Espaço Público" in *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, Edições Cosmos.

#### **JORNAIS E REVISTAS INFORMATIVOS**

ALVES, Clara Ferreira (2004), *Os «Merdia»*, in "Única", p. 112, Expresso de 6 de Novembro.

CASTANHEIRA, José Pedro (2004), *A Banalidade do Mal*, in «Actual», p. 54, Expresso, de 20 de Novembro.

ESTRELA, Edite (2001), *Sem Contenção, Tudo em Directo!*, in «Expresso», de 1 de Setembro.

FIGUEIREDO, Cristina e Manuel Agostinho Magalhães (2004), *O 'Show' de António Gueterres*, in "Expresso", de 13 de Novembro.

MONTEIRO, Henrique (2001), *Os Pequenos Dramas*, in «Expresso», de 1 de Setembro.

QUERIDO, Paulo (2004), *A Benevolente Censura Chinesa*, in "Única", p. 104, Expresso de 6 de Novembro.

SAMPAIO, Áurea e Sónia Sapage (2004), *Manobras em S. Bento*, in "Visão" Nº 606, pp. 48-51, de 14 a 20 de Outubro.

SANTOS, Nicolau (2004), *Da Concentração do 'Media'*, in «Expresso», de 13 de Novembro.

SARAIVA, José António (2004), *Soares e Bush*, in «Expresso», de 13 de Novembro.

#### **PÁGINAS DA WEB**

ENCICLOPÉDIA DIGITAL MASTER MILÉNIO, consultada em 10 de Novembro de 2004 de world wide web:

<http://enciclopedia.com.br/MED2000/pedia98a/soci6242.htm>.

FIDALGO, António, *A Distância como Virtude. Considerações Sobre Ética da Comunicação*, retirado em 6 de Maio de 2003 da world wide web: <http://bocc.ubi.pt>.  
*História por Voltaire Schilling*, retirado em 10 de Novembro de 2004 da world wide web: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/index.htm>.

PORTAL DOS JORNALISTAS, *Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses*, retirado em 11 de Novembro de 2004 da world wide web: <http://jornalistas.com>.

RODRIGUES, Adriano (1985a), *Figuras das Máquinas Censurantes Modernas*, retirado em 6 de Maio de 2003 da world wide web: <http://bocc.ubi.pt>.

RODRIGUES, Adriano (1985b), *O Público e o Privado*, retirado em 6 de Maio de 2003 da world wide web: <http://bocc.ubi.pt>.