



Revista FAMECOS: mídia, cultura e  
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio  
Grande do Sul  
Brasil

Girardi Jr., Liráucio

Pierre Bourdieu: mercados linguísticos e poder simbólico

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 24, núm. 3, septiembre-diciembre,  
2017

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495553932018>

- ▶ [Como citar este artigo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Mais artigos](#)
- ▶ [Home da revista no Redalyc](#)

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## Pierre Bourdieu: mercados linguísticos e poder simbólico

*Pierre Bourdieu: linguistic markets and symbolic power*

Liráucio Girardi Jr.

Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Leciona na Faculdade Cásper Líbero e na Universidade Municipal de São Caetano do Sul. É professor-substituto do Curso de Midialogia do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Membro do Grupo Teorias e Processos da Comunicação – Faculdade Cásper Líbero.  
[<girardi@uol.com.br>](mailto:girardi@uol.com.br)

### RESUMO

Neste artigo, são apresentadas algumas das principais categorias utilizadas por Bourdieu para pensar a complexidade do processo de comunicação, tais como: habitus linguístico, senso de aceitabilidade e de oportunidade, capital simbólico, mercado e poder simbólico. A partir delas, pretende-se demonstrar que a comunicação não se dá pela simples troca de signos – sujeitos a codificação e decodificação. Essa troca é envolvida por signos de autoridade (o valor que cada fala assume na situação) e signos de poder (relações de autoridade entre os falantes). A escolha das fontes jornalísticas e das vozes que ouvimos nos noticiários dependem diretamente dessas condições.

**Palavras-chave:** Habitus linguístico. Mercado linguístico. Poder simbólico.

### ABSTRACT

In this paper, we present some of the main categories used by Bourdieu to think the complexity of the communication process, such as: linguistic habitus, sense of acceptability and opportunity, symbolic capital, market and symbolic power. From that notions, we intend to demonstrate that the communication is not a simple exchange of signs that are subject to encoding and decoding. This exchange is surrounded by signs of authority (the value of a speech in a speaking situation) and signs of power (authority relations between speakers). The choice of news sources and the voices we hear in the news reports depends directly on these conditions.

**Keywords:** Journalism. Metadata. Multidisciplinarity.

Boa parte da discussão, mapeada neste trabalho, tem suas raízes na repercussão que os estudos de Saussure (1996) produziram na Linguística moderna, delimitando o campo da Semiótica, e o modo pelo qual orientaram toda uma geração de pesquisadores estruturalistas nos anos 60 e 70.<sup>1</sup>

A incorporação desse modelo linguístico ao campo das Ciências Sociais trouxe uma profunda reflexão sobre o tipo muito particular de *teoria da ação* que se desenvolveria ou não a partir dele. Bourdieu (1989, 1996, 2000, 2001) revelou os possíveis riscos desse processo para o pensamento sociológico e antropológico. Para o sociólogo, a lógica utilizada pelos modelos etnológicos, inspirados pelo estruturalismo linguístico, não são capazes de traduzir a *lógica prática* dos

<sup>1</sup> Este artigo pretende dar continuidade a um projeto de longo prazo (Girardi, 2007), que procura entender os processos de produção social de sentido e as condições de sua eficácia simbólica a partir de uma abordagem interdisciplinar no campo da Comunicação.

agentes sociais, pois incorpora as relações sociais, por eles criadas, a modelos que ele chama de “escolásticos”, ou seja, modelos que não traduzem a *práxis* humana (Rodrigues, 1990, 1994). O estruturalismo não trabalha com categorias intermediárias entre os indivíduos e a sociedade, entre os agentes e as estruturas, pois “não dispõe de termos intermediários, não tem mediações entre falantes individuais solitários e o sistema linguístico como um todo” (Eagleton, 1983 p. 122).

O modelo proposto por Saussure acaba por privilegiar a estrutura dos signos e o processo de deciframento, mas confere pouca atenção às suas funções práticas que, como observa Bourdieu, não podem ser reduzidas às funções de comunicação e produção de conhecimento. Quando a atenção se volta para os usos que os agentes realmente fazem dos signos, é possível observar que “o simples conhecimento do *código* não permite senão imperfeitamente dominar as interações linguísticas realmente efetuadas” (Bourdieu, 1983, p. 50-51)

Nesse ponto, Bourdieu vincula-se à virada pragmática produzida por Wittgenstein e Bakhtin. A sua transição da filosofia para a etnologia e da etnologia para a sociologia deve-se à resposta que procurou dar a esse tipo de problema epistemológico. O sociólogo coloca em questão os fundamentos do que ele chama de “filosofia intelectualista”, um pensamento que aceita, sem uma análise crítica mais cuidadosa, as incorporações desse tipo de modelo ao campo das Ciências Sociais. E, no nosso caso, o campo da Comunicação.

Diante dessa postura, a análise da produção de sentido no mundo não pode mais estar desvinculada de uma nova *Teoria da Prática* ou de uma *Economia das Trocas Simbólicas* que seja capaz de deslocar o objetivismo (estruturalista) e o interacionismo (de ordem fenomenológica) de suas posições dominantes no interior do campo (Girardi, 2007).

Se as trocas linguísticas são relações de comunicação, elas não se reduzem de forma alguma a essa função. Isolar a linguagem de suas condições sociais de produção é ignorar que a resposta para a eficácia simbólica da comunicação não está na linguagem em si mesma, mas no mundo social que a produziu. Logo, relações de comunicação são relações de poder fundadas em um arbítrio, em relações de violência simbólica, socialmente instituídas.

Valer-se de uma linguagem não é compartilhar um imenso tesouro comum. Os mecanismos de apropriação e uso desse tesouro não estão disponíveis igualmente a todos e, todo acesso a ele, envolve complexos processos ritualizados de investimentos, concorrências, monopólios, exclusões, marginalizações e relações de força.

Inspirado em Weber (Bourdieu, 1989) e Mauss (1950, 2003), o sociólogo desloca da economia “econômica” um conjunto de conceitos para desenvolver uma economia do simbólico. A partir dessa orientação, que redireciona as

premissas do objetivismo e da fenomenologia e rompe tanto com alternativas economicistas quanto culturalistas, o sociólogo introduz nos estudos das trocas linguísticas uma série de noções como as de capital (econômico, cultural, simbólico e social), lucro (simbólico) e mercado (linguístico). A partir dos estudos de Marcel Mauss, observa que a língua em si mesma, não é capaz de garantir sua existência. Ela depende da expectativa coletiva que lhe garante o sentido social. Ela se sustenta sobre as mesmas condições sociais que garantem a crença no feiticeiro e sua magia:

A língua legítima não tem o poder de garantir sua própria perpetuação no tempo nem o de definir sua extensão no espaço. Somente esta espécie de *criação continuada* que se opera em meio às lutas incessantes entre as diferentes autoridades envolvidas, no seio do campo de produção especializada, na concorrência pelo monopólio da imposição do modo de expressão legítima, pode assegurar a permanência da língua legítima e de seu valor, ou seja, do reconhecimento que lhe é conferido (Bourdieu, 1996 p. 45).

Bourdieu substitui o termo *situação de comunicação*, muito comum nas perspectivas interacionistas, por *mercado simbólico*. As condições de sucesso da comunicação, levantadas por Austin (1965), são retraduzidas por ele nas formas do *capital* e do *lucro simbólico*. Já a produção social de sentido é pensada a partir dos *atos de fala* e não da língua.

Além disso, é preciso entender que todo ato de fala só pode ser colocado em movimento por toda uma experiência pessoal e coletiva que mobiliza as *disposições* incorporadas pelos agentes ao longo de sua trajetória social (aquilo que Bourdieu chama de *habitus*).

A *Economia das trocas simbólicas* observa que o discurso não é uma simples troca de signos em situações de comunicação, mas o encontro de certas *disposições sociais* (o *habitus* desses agentes) com certos *mercados simbólicos* e seus sistemas muito particulares de formação de preços.

A fala tem um valor e um poder diretamente relacionado aos rituais de instituição que lhe sustentam e é deles que retira sua força simbólica e as condições de sua eficácia (Rodrigues, 1990) As condições de sucesso da comunicação dependem de uma relação de poder desigual, à qual o sociólogo dá o nome de *poder simbólico*, um tipo de poder capaz de “fazer coisas com palavras”.

A vantagem dessa mudança de enfoque é enorme, pois destaca que, na fala, não encontramos apenas trocas de mensagens, mas relações de autoridade,

de valorização ou desvalorização dos diversos discursos que circulam nos mais diversos mercados/campos sociais.

Embora não sejam desenvolvidas neste artigo, estas condições contribuem para uma análise dos critérios de seleção das fontes presentes nos noticiários e do modo pelo qual os discursos circulam e são apropriados nas redes sociais. As condições de sua propagação.

### O senso de aceitabilidade e o senso de oportunidade

Poder falar não é condição suficiente para ser ouvido. Os discursos são marcados por rituais de fala em condições sociais muito particulares. Um verdadeiro jogo.

Não falamos com qualquer um, sobre qualquer coisa, a qualquer momento, de qualquer forma. Essa constatação revela que os agentes sociais desenvolvem um *senso prático* das condições de *aceitabilidade* e *oportunidade* de seus discursos, antecipando de modo também prático (e, na maioria das vezes, sem a consciência clara disso) os *lucros simbólicos* de sua ação nas trocas simbólicas cotidianas. O discurso é um jogo no qual estão sempre envolvidos um *habitus* linguístico e um *mercado simbólico* específico.

O *senso de aceitabilidade*, por exemplo, produz um efeito de censura considerável nos agentes sociais, pois permite a antecipação dos riscos envolvidos naquilo que pode ou não pode ser dito em determinadas situações (mercados simbólicos). É por isso que, mesmo tendo a *competência técnica* necessária para falar, determinados agentes sociais podem sentir-se totalmente desprovidos da *competência social* para fazê-lo.

A relação do jornalista com seus entrevistados passa necessariamente por questões desse tipo, seja na imposição de uma problemática ao entrevistado – a necessidade de responder algo, mesmo que nunca tenha identificado aquilo como um problema a ser pensado), seja na sensação - que o próprio entrevistado desenvolve - de que, sobre determinados assuntos, não tem nada a dizer. Na verdade, eles até poderiam ter o que dizer, mas não sabem se sua resposta estaria dentro das expectativas do entrevistador ou do público ao qual ele se dirige.

Por isso, a compreensão desse processo é fundamental para o entendimento dos diversos efeitos de autocensura encontrados nos atos de comunicação. A partir dele, é possível entender porque em determinados mercados simbólicos, os agentes são capazes de dizer com tremenda sinceridade que “não sabem falar” ou “não tem o que dizer”, isto é, não sabem falar a partir dos capitais reconhecidos pelo mercado simbólico no qual estão colocados.

Após esta breve consideração sobre os rituais comunicacionais relacionados ao *senso de aceitabilidade* – que, como foi visto, são as disposições

que os agentes usam para avaliar sua própria fala e a fala dos outros – é preciso desenvolver também algumas considerações sobre o *senso de oportunidade*.

Desde muito cedo, a criança desenvolve uma espécie de *kairós*, um *senso de oportunidade* que antecipa o seu momento de intervenção nos rituais comunicacionais (um senso prático que lhe permite identificar de algum modo o momento e a oportunidade da sua fala). Sabe-se muito bem da dificuldade de se encontrar o momento adequado para se falar de determinados acontecimentos ou assuntos: a perda de uma pessoa querida, o fim de um relacionamento, o momento de uma pergunta e o tipo de pergunta...

As antecipações que o *senso de aceitabilidade* e o *senso de oportunidade* confere aos agentes sociais (e que formam seu *habitus* linguístico) leva em consideração, também, a avaliação do *mercado simbólico* em que se apresentam.

Nessa direção é importante observar, ainda, que a análise dos gêneros do discurso, realizada por Bakhtin, pode ser perfeitamente incorporada aos conceitos desenvolvidos até este momento. Para o autor, não é estranho perceber o quanto determinados agentes são capazes de dominar perfeitamente certas esferas de comunicação verbal (como uma discussão científica, por exemplo) mas são extremamente desajeitados em uma simples conversa social. Isso não se dá por pobreza de vocabulário ou uma falta de estilo, mas:

[...] de uma inexperiência de dominar o repertório dos gêneros da conversa social, de uma falta de conhecimento a respeito do que é o todo do enunciado, que o indivíduo fica inapto para moldar com facilidade e prontidão sua fala e determinadas formas estilísticas e composicionais; é por causa de uma inexperiência de tomar a palavra no momento certo, de começar e terminar no tempo correto [nesses gêneros, a composição é muito simples] (Bakhtin, 2000, p. 303-304).

Além disso, outra questão central que se coloca na análise é o da *eficácia simbólica* da fala ou como um discurso é capaz de produzir coisas, desencadear reações, modificar estados emocionais etc.

Os atos de fala sempre ocorrem a partir de rituais sociais. Os *enunciados* são sempre ações em uma rede de enunciados que o precedem (ao lado dos quais se posicionam e estabelecem uma relação dialógica, contra o qual se levantam e denunciam etc.). Do mesmo modo, os agentes não atuam no vazio das instituições. As *posições ocupadas nas redes comunicacionais por aqueles que produzem uma enunciação* estão em uma complexa cadeia de rituais de instituição, no interior de certos campos sociais (com seus mercados linguísticos e seus gêneros de discurso), histórica e socialmente construídos.

O mérito de Bourdieu consiste em reelaborar os princípios de uma teoria geral da ação e, ao fazer isso, vê-se obrigado a reformular, também, os princípios de uma teoria da comunicação.

Sua *Teoria da Prática* ou *Economia das trocas simbólicas* evita a queda inevitável nas dicotomias tradicionais criadas nas ciências sociais. Por meio do aperfeiçoamento de uma categoria como a de *habitus* foi possível pensar uma nova relação entre o indivíduo e a sociedade; a atividade mental do eu/ nós (Bakthin); os recursos discursivos e não-discursivos (Foucault); o *I* e o *Me* (Mead) etc. Além disso, sua teoria dirige uma atenção especial à relação corporal (uma *héxis*) que se estabelece com a linguagem (articulações, posturas, silêncios, gesticulações etc.): o *habitus* linguístico.

O *habitus*, uma categoria já conhecida por Mauss, conserva elementos das premissas do interacionismo simbólico, mas reintroduz na interação social, o tempo, o passado das experiências dos agentes incorporados, a partir de um certo momento, como disposições. Os atos de fala são o produto de uma relação dialética entre:

[...] uma situação e um *habitus* – entendido com um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma *matriz de percepções, de apreciações e de ações* – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas... (Bourdieu, 1983, p. 65).

Não se trata apenas de uma “memória discursiva” ou de “representações”, mas de *disposições*. O *habitus* é uma mediação fundamental que se produz nos primeiros momentos dos processos de socialização da criança e é por meio dela que a linguagem aparece em seu mundo.

Para Bourdieu, o processo de construção do *habitus* é coletivo e ao mesmo tempo individual, pois depende do processo de interação que se estabelece entre as crianças e o mundo em que chegam. Nesse processo, a família tem um papel fundamental, pois é detentora de um conjunto de capitais (econômicos, simbólicos, culturais e sociais) que precisa de algum modo ser “incorporado” pelas novas gerações.

## Estilos de vida e *habitus linguístico*

Para Lahire (2002), os estudos sobre os processos de socialização e educação devem tomar o devido cuidado com um tipo muito particular de metáfora: a de que a família nos transfere uma espécie de “patrimônio familiar”.

O cuidado consiste em se entender que o “patrimônio cultural” não pode ser transferido para outra pessoa como se fosse um automóvel ou um imóvel. Além de todo o esforço familiar – constrangimentos, apoios, elogios, direcionamentos, incorporação de certos desejos e expectativas de vida como trajetórias naturais – uma “herança” cultural exige uma série de investimentos por parte daquele que a recebe. Essa experiência está sujeita a releituras, apropriações inesperadas, resistências, ajustes mais ou menos perfeitos etc.

Nas trajetórias sociais, pode-se verificar uma relação complexa entre a posição ocupada pelos agentes sociais no espaço social (o que depende da estrutura e do volume dos capitais que mobilizam; uma articulação entre capitais econômicos, culturais, sociais e simbólicos presentes em seu mundo) e o modo pelo qual essas posições se traduzem em estilos de vida. As posições e os estilos de vida, são marcas de distinção em um jogo capaz de construir, fortalecer, ressignificar ou recriar índices de proximidade ou distância social entre os agentes sociais.

Essa proximidade ou distância passa pelas formas de apropriação da fala e pelo domínio dos modos mais raros de expressão em uma sociedade. É o que, também, observa Bakhtin ao analisar a produção do enunciado no interior de certos gêneros do discurso – uma vez que, é por meio do enunciado concreto que a língua é incorporada à vida e, a vida, incorporada à língua.

Aprender a falar é algo mais do que estruturar orações ou palavras isoladas. Os gêneros do discurso:

[...] organizam nossa fala da mesma maneira que a organizam as formas gramaticais [sintáticas]. Aprendemos a moldar nossa fala às formas do gênero e, ao ouvir a fala do outro, sabemos de imediato, bem nas primeiras palavras, pressentir-lhe o gênero, adivinhar-lhe o volume [a extensão aproximada do todo discursivo], a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo de fala, evidenciará suas diferenciações (Bakhtin, 2000, p. 302).

Os diversos capitais, *habitus* e campos ajudam a articular algumas condições e disposições sociais que compõem os estilos de vida. Essas experiências envolvem esquemas de percepção e apreciação do mundo que

passam pela moda, a estética, a gastronomia, as práticas esportivas, o consumo cultural etc. e estabelecem um sistema de desvios, de diferenças sistemáticas ou de marcas de distinção.

Quando certas práticas e posições adquirem a condição dominante no espaço das posições sociais, elas passam a servir de critério (com seus princípios de avaliação e relações de força simbólica) para a dispersão de práticas distintivas por todo o espaço social e pelos diversos mercados simbólicos que neles são produzidos cotidianamente. Trata-se de um certo tipo de violência simbólica que organiza as condições dominantes de percepção, organização e apreciação do mundo.

A experiência da criança nos mais variados mercados simbólicos produzidos nesses espaços sociais (e nos seus rituais e “jogos de linguagem” específicos), permite-lhes a incorporação desses esquemas de percepção e apreciação do mundo, que servem como verdadeiros sensores sociais. Como observa Bourdieu:

Sustentar que a percepção do mundo social implica um ato de construção não implica, de modo algum, que se aceite uma teoria intelectualista do conhecimento: o que é essencial na experiência do mundo social e no trabalho de construção que ela comporta opera-se, na prática, aquém do nível da representação explícita e da expressão verbal (Bourdieu, 1989, p. 140).

O fato de Bourdieu trabalhar com uma categoria como a de *habitus* parece extremamente importante para a compreensão dos processos de comunicação, pois passa a integrá-los, como foi visto, a uma teoria da ação. Essa teoria concentra-se nas lutas pela definição das competências linguísticas, nas técnicas do corpo, nas expectativas de reconhecimento social e na conservação da memória dessas experiências.

Mais uma vez, é importante destacar que a fala apresenta-se sempre de forma ritualizada em todas as sociedades humanas – como também é constatado por Levi-Strauss (1985) e Foucault (1986, 1988, 2006). Isso faz com que o mundo ganhe um sentido prático ou como observa Marcondes (1992): a força do sentido produzida por esses jogos tem um “caráter implícito, são internalizadas e não tematizadas”.

O *senso prático da aceitabilidade* de um enunciado leva os agentes sociais a desenvolverem um *senso prático dos lucros simbólicos* que a fala é capaz de produzir em determinado mercado (honra, distinção, reputação, reconhecimento, obediência). Já o *senso de oportunidade (kairós)*, dá o ritmo das intervenções e jogadas a serem produzidas nesses rituais.

Constata-se, então, que os discursos não são produzidos apenas para serem decifrados, compreendidos e interpretados. Eles são constantemente avaliados na sua própria forma ritualizada pelo domínio que os agentes exercem sobre ele. Por isso, a eficácia simbólica de um discurso pode ser produzida sem que os ouvintes sequer entendam o que o orador disse: "Bellas palabras!"

O ajuste mais ou menos intenso entre o domínio prático das estruturas da enunciação e as disposições (*habitus*), adquiridas no longo contato prático com os gêneros do discurso, permite não só a compreensão do que é dito, mas, também, de tudo aquilo que não é dito para que a enunciação alcance a sua eficácia.

### A doxa e o poder simbólico

Como já foi visto, a técnica social produzida com os jogos de linguagem, assume a forma de um princípio gerador de improvisações regradas – o *habitus*. Essa produção social de sentido depende de uma percepção do mundo que se institui como auto-evidente e que, em sua auto-evidência, constitui-se como verdadeira força simbólica entre os falantes, fruidores, consumidores de bens simbólicos.

Essa ideia está bem representada em uma observação de Wittgenstein: "Aquilo que se sabe quando ninguém nos interroga, mas que não se sabe mais quando devemos explicar, é algo sobre o que se deve refletir. (Evidentemente algo sobre o que, por alguma razão, dificilmente se reflete)." (Wittgenstein, 1989 p. 49)

Essa experiência do mundo social, que se transforma em *doxa*, define não somente o espaço dos possíveis da fala, mas também as posições que os sujeitos devem ocupar e as disposições que devem ter para poder falar. Ela cria as condições sociais necessárias ou reconhecidas para que os interlocutores possam falar com autoridade, ou seja, delimita espaços e situações onde se objetiva quem pode falar o que, com quem, em qual circunstância ou lugar, com que tipo de eficácia ou resultado. Assim:

Para fazer com que a voz de alguém seja ouvida na sociedade, há um número de qualificações que essa pessoa deve ter [...] O caráter pragmático do exercício da voz (*voicing*) torna-se claro quando fazemos a pergunta pragmática apropriada: de quem são as vozes que ouvimos, ou, ainda, de quem é a voz que pode ser ouvida? (Mey, 2001, p. 79-81).

O poder de ajuste entre as estruturas objetivas do mundo - espaço social/estilos de vida em meio às quais são produzidas as disposições - e as estruturas de percepção e apreciação do mundo – o *habitus* – é produzido em meio a um tipo de "violência" específico, à qual Bourdieu dá o nome de *poder simbólico*.

Os agentes sociais são capazes de mobilizar de diversas formas seu capital econômico, cultural, social e simbólico (nome de família, títulos, experiência profissional, experiência de vida, rede de relacionamentos etc.) na produção de uma percepção da ordem social. O poder simbólico é o poder de fazer coisas com palavras ou imagens, o poder de fazer ver, de fazer crer e de fazer agir; de confirmar ou transformar uma visão de mundo. Trata-se de um poder muito específico:

[...] poder quase mágico que permite obter o equivalente que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário. [...] O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras (Bourdieu, 1989, p. 14-15).

As lutas simbólicas são as marcas das lutas pela manutenção ou reposicionamento das posições do discurso nas mais diversas esferas do mundo social. No interior delas, certos enunciados disputam a condição de discursos legítimos, isto é, passam a ser avaliados, reconhecidos e passam a circular e a ter “efeitos” sociais. Deixam de ser simplesmente textos.

Portanto, para mudar o mundo, faz-se necessário um complexo trabalho sobre a produção de representações autorizadas e sobre a capacidade de sua circulação pelos diversos mercados simbólicos dispersos hierarquicamente pelo mundo social.

Trata-se de um poder simbólico – de produção de categorias sociais, de visão e divisão desse mundo – que se traduz em formas de reconhecimento social. O poder simbólico constitui-se, então, como a capacidade de fazer ver “coisas”, de produzir a crença naquilo que é visto e de fazer agir. Temos, então, um poder de revelação e um poder de consagração dessa revelação no mundo social (Boudieu, 1989).

Por isso, é importante destacar, como Bakhtin, que:

A língua, a palavra, são quase tudo na vida do homem. Essa realidade polimorfa e onipresente não pode ser da competência apenas da linguística e ser apreendida apenas pelos métodos linguísticos. [...] A linguística estuda somente a relação existente entre os elementos dentro do sistema da língua, e não a relação existente entre o

enunciado e a realidade, entre o enunciado e o locutor (Bakhtin, 2000, p. 346).

Um caso importante a ser analisado nos estudos de comunicação, por exemplo, é a maneira pela qual o campo político e o campo midiático transformam-se, nos dias de hoje, em um complexo espaço de lutas simbólicas (Rodrigues, 1990, 1994; Barros e Martino, 2003; Ferreira, 2004, 2005; Girardi, 2005).

Nessas lutas aparece, de modo também complexo, diversos *porta-vozes* (o político, o líder comunitário, a fonte, o âncora, o repórter, o usuário das redes sociais etc.): “O porta-voz é aquele que, ao falar de um grupo, ao falar em lugar de um grupo, põe, sub-repticiamente, a existência do grupo em questão, institui este grupo, pela operação de magia que é inerente a todo o ato de nomeação” (Bourdieu, 1989, p. 159).

A produção de um enunciado a partir das posições ocupadas pelos seus respectivos enunciadores nos campos (acadêmicos, políticos, midiáticos, literário etc.) e a partir do capital simbólico acumulado por eles (em suas lutas simbólicas anteriores nesses campos), cria as condições para um verdadeiro jogo social de produção de uma ordem discursiva.

Assim, o processo de comunicação não consiste, apenas, na simples produção e troca de signos livremente elaborados pelo indivíduo, mas na construção de fronteiras de sentido exercidas por poderes simbólicos, socialmente instituídos ou imaginados. Todo ato de fala ou de produção de sentido é avaliado, isto é, pressupõe também um ato de validação e de avaliação. O que se produz não é apenas sentido – que demandaria um deciframento – mas valor e poder.

Bourdieu produz um tríplice deslocamento nos conceitos linguísticos: a noção de língua é substituída pela de *língua legítima*; as relações de comunicação (ou interações) são vistas como *relações de força simbólica* e a competência linguística passa a ser pensada como um tipo de *capital simbólico* que não pode ser separado da posição dos interlocutores na estrutura social.

Assim, um noticiário em quéchua no Peru, a entrada de repórteres com seus respectivos “sotaques” em rede nacional e a diversidade de fontes utilizadas nas entrevistas etc. não envolvem apenas uma mensagem a ser decifrada. As sociedades envolvem-se em uma rede simbólica, em jogos de linguagem instituídos que transformam os atos de fala em atos de força, em ação, construindo as condições sociais, isto é, institucionais, de uma ordem simbólica (Castoriadis, 1987; Marcondes, 1992).

Deve-se recuperar uma análise importante de Marcel Mauss sobre a magia:

Em semelhantes casos, o mágico não pode ser concebido como um indivíduo que age por interesse, a seu favor e por seus próprios meios, mas como uma espécie de funcionário investido, pela sociedade, de uma autoridade na qual ele próprio é obrigado a crer. De fato, vimos que o mágico era designado pela sociedade, ou iniciado por um grupo restrito, ao qual essa delegou seu poder de criar mágicos. Ele tem naturalmente o espírito de sua função, a gravidade de um magistrado; é sério porque é levado a sério, e é levado a sério, porque se tem necessidade dele (Mauss, 2003, p. 131).

Quando falamos, produzimos um tipo magia social cujo fundamento não é propriamente linguístico. Se é possível realizar coisas à distância por meio de um discurso, o fundamento desse poder mágico (as condições de sua eficácia simbólica), não está nas relações que os signos estabelecem entre si, nem propriamente nos meios técnicos utilizados, mas na forma pela qual eles ganham significado social e tem o seu reconhecimento socialmente instituído.

Os rituais de instituição criam as condições para o reconhecimento do locutor legítimo, aquele que ocupa um lugar específico numa rede de enunciados. Rede de enunciados sem a qual ele não existe.

Mas, isso não é tudo. O poder simbólico só se exerce sobre aqueles que, em sua trajetória social e em seu processo de socialização, desenvolveram os esquemas de percepção capazes de reconhecer a sua autoridade. A condição da eficácia simbólica do discurso é a possibilidade desse encontro.

O locutor, o porta-voz, precisa sentir-se investido por essa autoridade – o que faz com que não seja visto como um “cínico” e “manipulador” – ele precisa conquistar o seu reconhecimento. Precisa ser capaz de produzir um efeito mágico específico: falar em nome de um coletivo, falar enquanto grupo, dizer aquilo que todos gostariam de dizer se pudessem ou soubessem como fazê-lo. Entre outros casos, a vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais estadunidenses em 2016 merece uma atenção especial.

A formação de bolhas (de opiniões e visões de mundo) e o viés de confirmação encontrado constantemente nas postagens em redes sociais vão na mesma direção. A esperança trazida pela Internet com relação à formação de esferas públicas interconectadas é de extrema importância, mas precisa ser lida com bastante cuidado (Girardi, 2009).

## Referências

- AUSTIN, John L. **How to do Things with words**. New York: Oxford University Press, 1965.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BAKHTIN, Mikhail (Volochinov). **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luis Mauro Sá. **O habitus na Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu**. ORTIZ, Renato (org.). São Paulo: Ática, 1983.
- \_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- \_\_\_\_\_. **A economia das trocas lingüísticas**. São Paulo: Editora da USP, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Esquisse d'une théorie de la pratique**. Paris: Éditions du Seuil, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Meditações Pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- CASTORIADIS, Cornelius. **Encruzilhadas do Labirinto**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1987.
- EAGLETON, Terry. **Teoria da Literatura: Uma Introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- FERREIRA, Jairo. Discurso, Mídia e Sociedade. 13º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - **Anais do XIII Encontro Anual da Compós**, v. 1, p. 1-15, 2004.
- \_\_\_\_\_. Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 35-44, jan. 2005.
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder**. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- \_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**. 13. ed. São Paulo: Loyola, 2006.
- GIRARDI Jr, Liráucio. Poder Simbólico, Mídia e Cidadania. **Communicare**. São Paulo, v. 5, n. 1, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação**. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2007.

- \_\_\_\_\_. Trocas simbólicas no ciberespaço e o processo de construção de esferas públicas interconectadas. In: VVAA. **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.
- LAHIRE, Bernard. **Homem plural**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- LEVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1985.
- MARCONDES, Danilo. **Filosofia, linguagem e comunicação**. 4. ed., São Paulo: Cortez, 1992.
- MAUSS, Marcel (1950). **Sociologia e Antropologia**. São Paulo; Cosac & Naïf, 2003.
- MEY, Jacob L. **As vozes da sociedade**: seminários de pragmática. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2001.
- RAMOS, Graciliano (1938). **Vidas Secas**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- RODRIGUES, Adriano D. **Estratégias de comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação e cultura**. Lisboa: Presença, 1994.
- SAUSSURE, Ferdinand [1916]. **Curso de Linguística Geral**. 25. ed. São Paulo: Cultrix, 1996.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações Filosóficas**. São Paulo: Nova cultural, 1989.

Recebido em: 8/12/2016  
Aceito em: 16/12/2016



Endereço do autor:  
Liráucio Girardi Jr <[girardi@uol.com.br](mailto:girardi@uol.com.br)>  
Faculdade Cásper Líbero  
Avenida Paulista, 900 – Bela Vista  
01310-100 – São Paulo (SP) – Brasil