

## Sessão 2 Comunicação I

007

**COMUNICAÇÃO, DISCURSO E IDEOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE NA TIAZINHA DO H.** Roberto José Ramos (Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS PUC, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social)

O desenvolvimento das tecnologias comunicacionais reescrevem as relações sociais do final do século XX. Atribui um novo sentido às noções de tempo e espaço. Derruba as fronteiras. Instala a onipresença. O Aparelho Ideológico de Estado (AIE) de Informação gerou, através da sedução televisiva, a Globalização. Uma passou a depender da outra e, ambas, tornaram-se uma das instâncias mais importantes de Poder. Pode-se materializar uma personalidade, particularizada, de instituição pós-moderna. O econômico e o ideológico são reproduzidos como uma mercadoria única, indissociáveis. Nesse contexto, surge a personagem “Tiazinha do H” que alude à construção de uma subjetividade básica da sociedade capitalista. Ela passou a ocupar o imaginário nacional, diagramado pela mídia. A característica sadomasoquista instaura a sua singularidade. A fim de responder as questões contextuais que permeiam a discursividade da *Tiazinha do H* a pesquisa será ancorada pelas categorias do Discurso do *Fait Divers*, Poder e Mito, de Barthes. Elas serão articuladas com a Teoria da Ideologia em Geral, formulada por Althusser. Serão estudadas cinco cenas de 1999 do Programa H. Teremos o *Fait Divers* como Significante invariante da produção de sentido.