

## VI. OUTRAS TEORIAS E INTERPRETAÇÕES ACERCA DO PAPEL DA MÍDIA E DA IMPRENSA

Tendo em vista ser a comunicação um processo extremamente complexo, que envolve, dentre outros, elementos psicológicos, mentais, culturais, políticos e sociais, dever-se-ia, segundo diversos teóricos da comunicação, compreendê-la nessa perspectiva ampla. Afinal, a complexidade desse processo implica observar inúmeras variáveis que, dessa forma, só fariam sentido se articuladas.

Por isso, inúmeras teorias da comunicação tentam captar esta complexidade ao privilegiar aspectos distintos tendo em vista possuírem premissas por vezes inconciliáveis. Como existem inúmeras macro-interpretações possíveis, que por seu turno se desdobram em inúmeras outras, exporemos a seguir algumas destas possibilidades na tentativa de identificar como distintas teorias da comunicação interpretariam – alternativamente à visão que desenvolvemos acima – o papel da grande imprensa brasileira na referida conjuntura. Note-se que a exposição a seguir não tem por objetivo esgotar todas as perspectivas teórico/metodológicas na área da comunicação, e sim delinear algumas das possibilidades já consolidadas a partir de algumas escolhas tipológicas.

Segundo diversas teorias da comunicação, o processo comunicacional ocorreria em *contextos distintos*, embora não excludentes, e poderiam ser assim definidos:

*Contexto interpessoal.* Nesta modalidade, a comunicação ocorreria através da interação face-a-face, isto é, cada pessoa possui uma percepção das outras e há níveis diversos de atração entre elas. Não se aplica diretamente, como se pode observar, ao caso da grande imprensa, embora pessoas influenciadas pelos periódicos possam se relacionar com outras tendo-se a mídia, mesmo que de forma indireta, o papel de mediadora das informações emitidas e recebidas pelos interlocutores.

*Contexto de grupo* (que é um subproduto da comunicação interpessoal). Trata-se do processo em que a comunicação é efetuada no contexto de um pequeno grupo. Dado que os indivíduos se identificam com grupos diversos, em âmbito profissional e/ou sócio-emocional, a comunicação via grupo oferece análises empíricas sobre como os membros de um dado segmento emitem e recebem informações. Especificamente no caso da grande imprensa, as pesquisas de opinião, realizadas pelos próprios periódicos com seus leitores,

ilustram o perfil deste (como aludido acima), e podem nos mostrar como, no interior de um pequeno grupo, a informação é codificada<sup>1</sup>.

*Contexto da organização.* É aquele em que a organização é concebida como sistema de grupos, isto é, redes que interagem por intermédio da comunicação. Tanto as organizações privadas como as públicas têm na comunicação um elemento estruturante, inclusive para a tomada de decisão. No que tange à comunicação intra-organizacional, e tendo em vista a relação emissor (periódicos)/receptor (leitores), presente neste trabalho, este contexto não se aplica aos jornais acima analisados, exceto no interior dos próprios periódicos. Neste caso, e sobretudo no terreno da análise do funcionamento dos meios de comunicação, já há uma vasta bibliografia<sup>2</sup>.

*Contexto de massa.* Através de organizações diversas, este contexto comunicacional volta-se para a massa de receptores, em diversos âmbitos. Sobretudo em sociedades que avançaram em termos urbano-industriais e sócio-educacionais, envolve interação simbólica, mas vinculada a grandes audiências. No caso dos jornais brasileiros, discutidos neste trabalho, embora a massa de leitores seja pequena comparativamente aos telespectadores e ouvintes, pode-se inseri-los no contexto de massa, pois são agregados que se contam aos milhões (em termos agregados). A comunicação deve assim atingir um público diverso e por vezes bastante heterogêneo – mesmo no interior de um perfil *social* semelhante, caso dos leitores dos grandes periódicos no Brasil –, o que implica tornar a mensagem inteligível, através de estratégias comunicacionais facilitadoras. Em outras palavras, mesmo para um público mais culto, a linguagem jornalística tende a ser homogeneizante, por vezes didática – tendência, aliás, em voga no jornalismo brasileiro –, e fundamentalmente dicotômica e simplificadora, embora através do uso de mecanismos subliminares. Como

---

<sup>1</sup> É interessante observar que Pierre Bourdieu nos fornece um cabedal teórico/metodológico importante acerca de como determinados grupos, cujos membros interagem em *campos* específicos de atuação, competem pela dominação e pela legitimação pessoal/profissional. Cf. BOURDIEU, Pierre, dentre outros textos, sobretudo *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Difel, 1989; *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1974; “Champ intellectuel et projet créateur” In *Les temps Modernes*, nº246, nov/1966; e *Le trois états du capital culturel. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 30, nov./1979.

<sup>2</sup> Dentre outros, ver RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre Alerta. Condições e contradições do trabalho jornalístico*. S. Paulo, Brasiliense/Olho D’água, 1994; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Mil Dias. Os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo, Trajetória Cultural, 1988. De modo geral, a história dos grandes jornais (nacionais e estrangeiros) revela muito tanto sobre o referido contexto organizacional como em relação ao papel dos meios de comunicação nas sociedades onde estão envolvidos. Ver, dentre outros, *Dicionário Histórico-Biográfico do Centro de Pesquisa e Documentação da FGV/RJ (CPDOC)*, 2002.

exemplo, a *Folha de S. Paulo* particularmente tem como estratégia estabelecer uma certa disjunção entre as manchetes (de capa e no interior das editorias) e as matérias às quais se referem. Assim, o leitor apressado que apenas lê as manchetes, mesmo as internas, terá uma impressão muito distinta, por vezes contrária, ao conteúdo da matéria. Há, no entanto, estratégias e estilos os mais diversos no jornalismo no que tange ao contexto de massa. *OESP* e o *JB*, por seu turno, historicamente adotaram perfis mais elitistas se o compararmos com *OG* e mesmo a *FSP* (e mais ainda se tomarmos como comparação o extinto *Última Hora*).

De acordo com diversos teóricos da comunicação<sup>3</sup>, existem, além dos contextos, alguns *processos básicos* relacionados à comunicação. Dentre outros, podem ser assim sintetizados e aplicados à análise da grande imprensa brasileira:

*Codificação.* A interação simbólica é um processo de emissão e recepção de mensagens codificadas. Codificar implica sintetizar conceitualmente a relação entre símbolos, eventos e objetos. Por isso, a comunicação tem na codificação um pressuposto. No caso deste trabalho, a codificação implica, em primeiro lugar, a criação de imagens relativas à crise do Estado (diagnóstico) e, em segundo, a elaboração de um receituário (proposição) voltado às reformas orientadas pelo liberalismo. Assim, temas como eficácia, eficiência, modernização, justiça, progresso, dentre inúmeros outros (como vimos na exposição sobre os periódicos), são codificados pela grande imprensa de uma tal forma que o leitor comum compreenda, mesmo que genericamente, do que se tratam (estes símbolos) e a que se referem.

*Significado* (que complementa a codificação). Um signo é um estímulo que implica significado, significação, para as pessoas; isto é, os signos possuem funções no processo comunicativo. Em relação à grande imprensa, este significado dá sentido a afirmações, vetos e proposições de temas altamente complexos – caso da agenda liberal – para o leitor dos periódicos. Começam nas manchetes e fotos, e espalham-se por todo o órgão de

---

<sup>3</sup> Baseamo-nos aqui, dentre outros, em LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*. Rio de Janeiro, Zahar, 1982; PENTEADO, J. R. Whitaker. *A técnica da comunicação humana*. S. Paulo, Pioneira, 1982; BERLO, David K. *O processo de comunicação*. R. de Janeiro, Fundo de Cultura, 1960; ROGERS, Everett. *The diffusion of innovations*, New York, Free press, 1995; MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo, Loyola, 1999; e DEFLEUR, Melvin L. e BALL-ROKESCH, Sandra. *Theories on Mass Communication*. New York, Longman, 1989.

imprensa, tais como editoriais, artigos, matérias e reportagens. Sobretudo quanto às fotos e manchetes, o significado é ora ostensivo ora subliminar (dependendo do tema em foco), mas claramente permite a compreensão e mesmo a identificação do leitor às mensagens enviadas pelos periódicos. Os leitores, por seu turno, interagem com os órgãos de comunicação através de cartas, de pesquisas de opinião feitas por institutos e pelos próprios jornais (pesquisas sobre o perfil do leitor). O jornal *Folha de S. Paulo* foi o periódico que mais desenvolveu esta técnica de identificação e conhecimento do leitor.

*Pensamento* (relaciona-se aos dois tópicos precedentes). As mensagens, que são signos formados pelos pensamentos humanos, são por eles conceitualizadas, pois pensar tem como premissa uma lógica relacional. Assim, neste trabalho a perspectiva de se relacionar – na análise dos periódicos – temas como “progresso” à diminuição do Estado faz-se através do pensamento relacional (em termos conceituais, num primeiro momento). O leitor capta, através de uma lógica conceitual, as mensagens enviadas pelos periódicos, relacionando-as à sua realidade, o que faz com que tais mensagens adquiram concretude. Tratar-se-ia de um processo complexo mas altamente eficaz, segundo esta perspectiva.

Vejamos, agora, outras perspectivas discutidas pelos teóricos da comunicação. Segundo Venício Lima, as teorias da comunicação – com imbricações diversas, da matemática à sociologia – podem ser assim definidas em termos de *macro-teorias*, isto é, num quadro-síntese através das seguintes perspectivas:

a) *Manipulação*. Esta perspectiva entende que os meios de comunicação são instrumentos de manipulação. De acordo com Lima, ficaram conhecidos, por exemplo, como “teoria da agulha hipodérmica”, como “buttlet theory” (Wolf, apud Lima), como “teoria da bala mágica” e como “teoria da correia de transmissão” (DeFleur, apud Lima)<sup>4</sup>. A premissa central é que os indivíduos comportam-se como autômatos, isto é, seriam presas fáceis aos meios de comunicação. Como contraponto relativo, esta perspectiva unilateral foi substituída – e tornada complexa – por Harold Lasswell, que formulou um conjunto de indagações sobre o processo de comunicação, isto é: *quem diz?, o quê diz?, através de qual canal?, diz para quem?, qual o efeito surtido?* Estas indagações implicam um processo que envolve os emissores, o conteúdo das mensagens, os meios

---

<sup>4</sup> LIMA, Venício (2002:41).

pelos quais as mensagens são enviadas, a audiência obtida, e os efeitos alcançados. Dessa forma, a perspectiva simplista da manipulação pura se desvanece. No entanto, trata-se de uma abordagem que privilegia a “função” de cada ato ou etapa do processo comunicacional, inscrevendo-se assim no chamado “funcionalismo”, que, contudo, teria outros desdobramentos, mais abaixo observados.

No trabalho com os quatro periódicos brasileiros, acima analisados, procurou-se examinar a postura dos mesmos perante a agenda ultraliberal. Não se teve portanto como premissa nem o unilateralismo da manipulação pura e simples, nem o acompanhamento do processo comunicacional como um todo – que implicaria responder a todas as perguntas formuladas por Lasswell, o que só seria possível através de um trabalho em equipe e de longo prazo. Procurou-se, assim, observar o papel da grande imprensa enquanto emissora, o que significa responder apenas parte das perguntas formuladas por Lasswell, embora com um viés não funcionalista.

*b) Persuasão (influência).* Esta perspectiva, que implica uma visão alternativa às teorias unidirecionais vinculadas à idéia de manipulação, introduzem os conceitos de “líderes de opinião” e de “grupos de referência”, que fariam o papel de intermediadores da relação entre as mensagens emitidas e os receptores (telespectadores, ouvintes, leitores). O foco central aqui diz respeito aos “efeitos” produzidos pela mídia na sociedade.

Como um primeiro desdobramento desta perspectiva, há que se destacar a chamada Teoria dos “Uses and gratifications” (Teoria dos Usos e Gratificações), que discute a questão da satisfação dos usuários de produtos culturais. Assim, o receptor “negociaria” com o emissor, demonstrando o papel ativo do receptor, o que levaria o pesquisador a se perguntar sobre o que o receptor faz com os produtos midiáticos. No trabalho com os periódicos brasileiros, não foi nosso objetivo observar o papel do receptor e sim do emissor (dentre outros motivos porque analisar simultaneamente quatro jornais e sua recepção seria um trabalho hercúleo, como aludido acima), embora tivéssemos a preocupação de demonstrar como a imprensa procurou não se afastar demasiadamente de seus leitores, o que prova que a comunicação não é um processo unilateral.

Um segundo desdobramento da perspectiva da persuasão diz respeito ao que se chama de “difusionismo”, entendido como processo cujo objetivo é difundir informações, sobretudo nos meios considerados arcaicos ou atrasados de uma dada sociedade, com vistas a promover a “modernização” destas. A informação seria, portanto, um mecanismo de persuasão para que os comportamentos fossem alterados. É interessante observar a homologia desta abordagem com as teorias sociológicas que se voltaram para o estudo da “modernização”, isto é, da substituição das sociedades “atrasadas” (sobretudo vinculadas ao universo rural) por sociedades “modernas”, notadamente urbano/industriais<sup>5</sup>. O difusionismo implicaria “jogar sementes” que paulatinamente iriam frutificar. Nesta teoria, sobretudo em seu veio (*model*) conhecido como *two-step flow*, o papel do líder (*leadership*) é destacado como intermediador da relação entre os meios de comunicação e o indivíduo. Seriam as lideranças que, ao sintetizar os conteúdos provenientes da mídia, influenciariam a massa de indivíduos, seja através da difusão de determinadas idéias, seja por influenciar seu comportamento. Embora haja uma maior complexidade neste modelo, é interessante observar que suas premissas encontram-se em boa medida sediadas em pensadores do final do século XIX reativos à emergência das massas populares no cenário político, caso sobretudo de Gabriel Tarde, que em seu livro *The Laws of Imitation* expõe, de forma impressionista, os pressupostos da formação da opinião através do líder em contraste à mera imitação por parte das massas. A grande imprensa brasileira, segundo esta interpretação, seria lida por lideranças que estabeleceriam com as massas uma relação de influência, mediando portanto o papel dos emissores em relação aos receptores finais.

Por fim, de um ponto de vista mais próximo ao funcionalismo, pode-se dizer que, segundo E. Rogers, *persuasão* refere-se a um processo de comunicação que implica indução de mudanças (de valores, atitudes e comportamentos), embora também se aplique a resistências às mesmas, e reside tanto nas pessoas como nas mensagens. No que tange à grande imprensa brasileira, a persuasão – com claro caráter de

---

<sup>5</sup> Sobretudo na teoria sociológica o tema da modernização encontrou terreno fértil – em cujas conseqüências se inclui a própria “modernização” da mídia. Ver a respeito da clássica problemática da modernização, embora com abordagens distintas: LIPSET, Seymour M. *The Political Man*. New York, Doubleday, 1960; MOORE JR., Barrington. *Social Origins of Dictatorship and Democracy: Lord and Peasant in the Making of Modern World*. Boston, Beacon Press, 1966; e HUNTINGTON, Samuel. P. *Political Order in Changing Societies*. New Haven, Yale University Press, 1968.

transformação em prol da agenda liberal – foi um instrumento utilizado fartamente. Envolve elementos os mais diversos, como simplificação, convencimento, elaboração de dicotomias e criação de imagens caricaturais, sobretudo em relação ao Estado.

- c) *Função*. Inspirado na tradição sociológica funcionalista de T. Parsons, esta perspectiva examina a mídia em conjunto, de forma integrada, voltando-se as pesquisas às “funções” exercidas na sociedade pelos meios de comunicação. Lasswell, Merton, Lazarsfeld e sobretudo C. Wrigth são os seus principais formuladores e influenciaram o próprio “difusionismo”, acima discutido, assim como a idéia de que a comunicação é premissa ao desenvolvimento social e econômico. Trata-se de uma perspectiva empírica e funcionalista dos meios de comunicação e, como tal, fora descartada na análise que fizemos dos quatro jornais brasileiros neste trabalho, que privilegiou o papel ideológico dos mesmos. A utilização da idéia de “função” como instrumento de análise, contudo, pode ser útil às pesquisas dos meios de comunicação, o que difere da perspectiva funcionalista, que entende ser a sociedade um todo integrado – e, no interior dela, os meios de comunicação –, articulada através das funções que cada parte exerce, compondo assim uma totalidade orgânica.
- d) *Informação*. Vinculada originalmente a um modelo formal, dada sua proveniência da engenharia de telecomunicações, objetiva a “eficácia” na transmissão de dados, sobretudo entre máquinas, mas também entre estas e o homem, assim como entre os homens. Pode ser concebida como teoria matemática da comunicação e tem como seu principal mentor a figura de David Berlo. Por razões óbvias, esta perspectiva não contempla a análise dos periódicos, realizada acima. Alternativamente, as mensagens que se traduzem em informação, sobretudo no que tange à diminuição das incertezas (em sentido amplo), contribuem para que haja um sentido à vida de cada um. Em particular no que tange a temas públicos – tratados pela grande imprensa –, mas que afetam direta ou indiretamente os indivíduos, os cálculos individuais são realizados como forma de reduzir o desconhecimento do que não se tem certeza ou não se controla. Assim, poder-se-ia manter o *status quo* ou alterá-lo através da informação. Em relação à grande imprensa brasileira, esta procurou informar seus leitores com vistas a promover uma mudança no modelo de desenvolvimento brasileiro, o que causaria

impactos diretos e indiretos na vida de cada leitor. Esta mediação seria feita portanto pelo processo – por excelência complexo, reitere-se – de informação.

- e) *Linguagem*. Trata-se de uma abordagem fundada no campo de estudos da linguística, o que implica circunscrever a comunicação como linguagem, embora se reconheça distinções entre a emissão e a recepção tendo em vista a existência de tradições linguísticas próprias. Tem como pressuposto a significação das mensagens e as diversas formas de interpretá-las. A semiótica e as diversas correntes que se apropriam da chamada “análise do discurso”, em que se aplicam métodos de análise estrutural do texto (muitas vezes quantificadoras dos elementos linguísticos) são desdobramentos naturais desta perspectiva. Embora em campos opostos, as tradições provindas de Saussure e Pierce são fundadoras desta abordagem. Quanto ao trabalho com os periódicos aqui efetivado, este tipo de análise é perfeitamente possível – embora tenhamos optado por não o utilizarmos –, pois procura compreender a fala da imprensa, por exemplo, à luz das *estratégias discursivas*, tais como as que sobrepõem as adjetivações aos substantivos, dentre inúmeras outras<sup>6</sup>.
- f) *Mercadoria*. Esta perspectiva, também conhecida como “teoria crítica”, é proveniente da chamada Escola de Frankfurt, cujo principal expoente é Theodor Adorno. Volta-se ao estudo da economia política da comunicação, pois enfatiza o papel mercantil que a informação e a produção cultural como um todo assumem no capitalismo. Estudos sobre os meios de comunicação enquanto conglomerados capitalistas que se desenvolvem com o objetivo de divulgar seus produtos em prol da formação de cultura de massas é o elemento chave desta abordagem. Em nosso trabalho sobre os periódicos, de certa forma utilizamos esta perspectiva ao procurarmos compreender a atuação dos mesmos enquanto empresas, embora não fosse nosso objetivo discutir o problema da cultura de massas<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Um trabalho muito bem feito nesta perspectiva pode ser encontrado em MOSCA, Lineide do Lago Salvador. *A Subjetividade no Editorial: Uma Análise Retórico-Argumentativa da Adjetivação*. Tese de Doutorado, FFICH-USP, 1990

<sup>7</sup> Como exemplo da utilização desta abordagem sobre a formação da sociedade de massa no Brasil através de um complexo jornalístico, há o importante estudo de TASCHNER, Gisela. *Folhas ao Vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.



- g) *Cultura*. Trata-se de uma abordagem que enxerga a comunicação como cultura, isto é, como compartilhamento cultural de valores, voltando-se assim ao que se chama de “cultural studies”. Colocada numa perspectiva “compreensiva”, busca analisar a *construção de significados* por parte da sociedade no que tange à mídia. Como consequência desta perspectiva, pululam estudos sobre a recepção das mensagens. Daí as análises sobre a recepção de informações no cotidiano e sobretudo a já aludida teoria dos “usos e gratificações” do chamado “consumidor cultural” (cultura entendida em sentido lato). Aqui, o receptor é visto como consumidor e concebido como agente ativo e elaborador de mediações, portanto num pólo oposto ao unilateralismo da emissão, pois é valorizado o papel soberano deste consumidor de símbolos. No que tange ao nosso trabalho com os periódicos, não tivemos o intuito de abordar a recepção e sim a forma como a emissão – no caso, ideológica – se configurou, como já aludimos.
- h) Mais especificamente quanto às *teorias acerca da recepção*, embora as tangenciássemos acima, cabe dizer que estas vêm se desenvolvendo como um campo próprio, relativamente autônomo, de reflexão e pesquisas. Casos notórios, dentre inúmeros outros em campos os mais distintos das comunicações, são as obras de Jesus Barbero. Para Barbero, “(...) a comunicação se tornou para nós questão de *mediações* mais que de meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimentos mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos.” (BARBERO, 1997:16). Para este autor, que interpela especificamente a cultura latino-americana, a recepção é mediada por lutas e resistências, o que faz com que o conhecimento da dominação seja por excelência mais complexo. Já Michel De Certeau critica a razão técnica que arrogantemente imaginaria saber como melhor se organiza as pessoas e suas vidas, pois, para ele, o homem comum silenciosamente escaparia a esse mundo conformado na medida em que “inventaria” o cotidiano. Para tanto, se utilizaria de estratégias sutis, alterando assim os códigos dominantes, o que implicaria uma reapropriação dos espaço (em sentido amplo, sobretudo o simbólico). A própria língua e as diversas linguagens expressariam estas astúcias que passariam ao largo da cultura dominante. Assim, os cidadãos inventariam “trilhas” que: “(...) circulam, vão e vêm,

saem da linha e derivam num relevo imposto, ondulações espumantes de um mar que se insinua entre os rochedos e os délados de uma ordem estabelecida.” (De Certeau, 1997:97). Como se observa, ambos os autores, embora distintos, apostam fortemente na capacidade não apenas interpretativa como ativa dos receptores, que, assim, transformariam as mensagens, mediando-as de inúmeras formas. Estas perspectivas são extremamente ricas, e poderiam perfeitamente compreender o papel dos leitores dos jornais da grande imprensa brasileira. Como, contudo, como já aludido, a pesquisa com os grandes jornais brasileiros circunscreveu-se à emissão (sobretudo os editoriais), não seria possível utilizar deste postulado no trabalho acima. Note-se que estas abordagens tangenciam as discutidas no item b (acima), mas se especificam ao criar um campo próprio de pesquisa a partir do receptor.

- i) *Diálogo*. Conhecido como “comunicação interativa”, dada sua proveniência da obra de Paulo Freire, contém um forte elemento político/normativo no sentido de que a comunicação é vista como um direito a ser apropriado pelos grupos populares. As novas tecnologias, que permitem uma maior interação entre o emissor e o receptor, são tidas como potencialidades a serem utilizadas sobretudo pelos grupos dominados da sociedade. Em nosso trabalho com os jornais, embora não utilizássemos esta abordagem, compartilhamos o intuito ético/político contida na mesma. Por outro lado, apesar de distinções importantes, há nesta perspectiva de Freire elementos de aproximação com a chamada “teoria do agir comunicativo”, de J. Habermas.
- j) *Teoria do Agir Comunicativo*. Criada por J. Habermas, esta teoria entende que a ação e interação devem ser associadas a teias (de trocas) simbólicas e contextos linguísticos. Isso significa que a ação objetiva e cognitiva implicaria “dizer a verdade”, sendo que a ação intersubjetiva visaria à correção moral da ação, que por seu turno teria como pressuposto a sinceridade. Em outras palavras, a comunicação visaria essencialmente a intercompreensão e o consenso, e não a dominação e o poder. Esta teoria, que contém um alto grau de abstração, é por muitos considerada metafísica e, por isso, de baixa aplicabilidade, embora venha influenciando gerações de estudiosos. No caso do trabalho com os periódicos, esta perspectiva poderia ser, mesmo que de forma indireta, aplicada, mas a análise observou o conflito e não o consenso.

- k) *Teoria dos Sistemas*. Teoria que implica a totalidade dos fenômenos, intenta descobrir os princípios e leis gerais de todos os sistemas, o que significa deter uma multiplicidade de variáveis. Daí a procura por produzir modelos matemáticos, dado que denotaria objetividade, portanto comum a diversos campos da realidade. Assim, o papel do homem como sujeito histórico – notadamente o homem produtor e consumidor de informação – é esvaziado enquanto membro autônomo, pois tornado engrenagem do sistema. Esta teoria sustenta-se nos conceitos de integridade e funcionalidade, os quais confluem para um certo positivismo analítico, em razão de seu objetivismo teleológico. Assim, a Teoria Geral dos Sistemas tem como pressuposto a redução da sociedade humana (em sentido amplo) aos sistemas em geral, ou melhor, às propriedades gerais dos sistemas biológicos ou das máquinas cibernéticas, promovendo assim a permanência dos processos, e não as suas rupturas. Daí, por fim, o quantitativismo como norma pétrea desta perspectiva, que, também de forma indireta, poderia ser utilizada numa pesquisa com periódicos, mas que não a utilizamos, dada a compreensão de que os homens não são simplesmente parte passiva de um sistema geral, seja ele qual for.
- l) *interação simbólica*, que pode ser entendida como um processo de troca de mensagens por intermédio de símbolos. Por isso, a comunicação é um processo em que, por excelência, emissores e receptores se interligam através das mensagens que contêm símbolos. No que tange aos periódicos analisados neste relatório, os proprietários dos jornais/editorialistas/jornalistas interagem com os leitores num processo de adequação e readequação. Por exemplo, um jornal jamais pode se distanciar completamente do que pensa a média de seus leitores, ao menos por um tempo muito longo. Por outro lado, os jornais querem formar a opinião de seus leitores. Este processo de emissão/recepção é marcado por um equilíbrio ténue, em que de lado a lado há reposicionamentos em razão de ajustes mútuos. De certa forma, embora com distinções importantes, tomamos o pressuposto geral desta interação – que por vezes é conflituosa – como válida na análise dos jornais em foco.

Compreender o processo de comunicação de uma dada sociedade requer fazer escolhas teórico/metodológicas tendo em vista tanto a diversidade de pressupostos como a

ampla gama de possibilidades teóricas que se tem à disposição. Assim, a compreensão de um fenômeno torna-se possível através de meios científicos diversos, pois a comunicação através de periódicos, por exemplo, não apenas é um processo complexo como social por excelência, pois ocorre em sociedades massificadas e portanto intermediadas pelos meios de comunicação.

Esta seção procurou então minimamente expor algumas das diversas possibilidades teóricas acerca da comunicação, sem esquecer que por complexidade se entende – embora com pesos hierárquicos distintos, a depender dos pressupostos de cada opção teórica adotada – as perspectivas contextuais, processuais e macro-teóricas, que se personificam em diversos fatores, tais como, dentre outros, conflito ou consenso, totalidade ou fragmentação, dominação ou complementaridade, ênfase nos processos materiais ou culturais, apenas para citar algumas das possibilidades existentes.

Assim, a análise de algumas das teorias – tradicionais e contemporâneas –, de forma panorâmica pretendeu abordar um conjunto de postulados, o que demonstra uma vez mais que, em particular no terreno da comunicação, é inescapável fazer escolhas teórico/metodológicas bem definidas, pois à complexidade do tema (a comunicação) corresponde uma vasta gama de possibilidades analíticas.

## VII. BIBLIOGRAFIA GERAL

- ALTHUSSER, Louis. *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. Paris: Éditions Sociales, 1976.
- BOBBIO, Norberto. *Liberalismo e Democracia*. São Paulo, Paz e Terra, 1982
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Lisboa, Difel, 1989
- \_\_\_\_\_ *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1974
- \_\_\_\_\_ "Champ intellectuel et projet créateur" In *Les temps Modernes*, nº246, nov/1966
- \_\_\_\_\_ *Le trois états du capital culturel. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 30, nov./1979.
- BRUNHOFF, Suzanne de. *A Hora do Mercado: Crítica do Liberalismo*. São Paulo, Unesp, 1991
- CAPELATO, M. Helena. "O Controle da Opinião e os Limites da Liberdade: Imprensa Paulista (1920-1945)" In *Revista Brasileira de História (Política & Cultura)*, vol. 12, nº 23/24, set.91/ago.92
- COCKETT, Richard. *Thinking the Unthinkable (Think-Tanks and the Economic Counter-Revolution, 1931-1983)*. London, HarperCollins, 1995.
- DAHRENDORF, Ralf. *O Conflito Social Moderno*. R. de Janeiro, Jorge Zahar/S. Paulo, Edusp, 1992
- DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano: artes do fazer*. Petrópolis, Vozes, 1996.
- DEFLEUR, Melvin L. e BALL-ROKESCH, Sandra. *Theories on Mass Communication*. New York, Longman, 1989
- *DICIONÁRIO DE ECONOMIA*. São Paulo, Abril Cultural, 1985
- *DICIONÁRIO HISTÓRICO-BIOGRÁFICO DO CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DA FGV/RJ (CPDOC)*, 2002
- EAGLETON, Terry. *Ideology, An Introduction*. Oxford, 1991.
- FARIA, Armando Medeiros de. *O Jornalismo Econômico e a Cobertura sobre a Privatização (1990/1991)*. Dissertação de Mestrado ECA-USP, 1994.
- FIORI, José L. *Em Busca do Dissenso Perdido*. R. de Janeiro, Insight, 1995.
- FONSECA, Francisco C. P. *A agenda da transformação: a grande imprensa e a hegemonia neoliberal no Brasil (a imprensa paulista e a 'Nova República')*, Série Relatórios de Pesquisa, NPP, FGV/SP, nº 55/2001.
- \_\_\_\_\_ *A agenda da transformação: a grande imprensa e a hegemonia neoliberal no Brasil (a imprensa e o Governo Collor)*, Série Relatórios de Pesquisa, NPP, FGV/SP, nº 50/2001.
- \_\_\_\_\_ *Divulgadores e Vulgarizadores: a grande imprensa e a constituição da hegemonia ultraliberal no Brasil*. Tese de doutoramento, S. Paulo, USP, Depto. de História, 2001.
- FORRESTER, Viviane. *O Horror Econômico*. São Paulo, Unesp, 1997.
- FRIEDMAN, Milton. *Capitalismo & Liberdade*. São Paulo, Artenova, 1977.
- GENTILI, Pablo e SADER, Emir. *Pós-Neoliberalismo – As Políticas Sociais e o Estado Democrático*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1995.

- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere* (5 Vols.) R. de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.
- \_\_\_\_\_ *Os Intelectuais e a Organização da Cultura*. R. de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.
- GUDIN, Eugênio e SIMONSEN, Roberto. *A Controvérsia do Planejamento na Economia Brasileira*. Rio. de Janeiro, IPEA/INPES, 1978.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo, Loyola, 1992.
- HAYEK, F. A. von, *Direito, Legislação e Liberdade – uma nova formulação dos princípios liberais de justiça e economia política*. São Paulo, Ed. Visão, 1985, 3 volumes.
- \_\_\_\_\_ *Os Fundamentos da Liberdade*. Brasília, Ed. UNB e São Paulo, Ed. Visão, 1983.
- \_\_\_\_\_ *O Caminho da Servidão*. R. de Janeiro, Expressão e Cultura/Instituto Liberal, 1987.
- HELLEINER, Eric. “From Bretton Woods to Global Finance: A World turned Upside Down” In Stubbs, R. e Undershill, R (eds.). *Political Economy and the Changing Global Order*. St. Martins’s Press, New York, 1994.
- HERZ, Daniel. *A História Secreta da Rede Globo*, Tchê, 1987.
- HIRSCHMAN, Albert. *A retórica da Intransigência*. São Paulo, Cia. das Letras, 1985.
- HIRST, Paul, e THOMPSON, Grahame. *Globalization in Question*, Oxford, 1996.
- HOBBSAWM, Eric. *A Era dos Extremos: O Breve Século XX (1914-1991)*. S. Paulo, Cia. das Letras, 1995
- HUNTINGTON, Samuel. P. *Political Order in Changing Societies*. New Haven, Yale University Press, 1968.
- IANNI, Octávio etti alii (orgs.). *Desafios da Comunicação*, Petrópolis, Vozes, 2001.
- KEYNES, J. M. “O Fim do Laissez-Faire”, Apud SZMRECSÁNYI, T. *Keynes – Coleção Grandes Cientistas Sociais*. São Paulo, Ática, 1984.
- KREINZ, Glória A. R. *Ideologia, Notícia e Mercado – A pós-modernidade tecnocrática da Folha de S. Paulo*. Tese de Doutorado, ECA/USP, 1990.
- KUNCZICK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 1997.
- LABORIE, Pierre. “Histoire politique et histoire des représentations mentales” In PESCHANSKI, Denis et al (orgs.). *Histoire Politique et Sciences Sociales*. Paris, Editions Complexe, 1991
- LIMA, Venício. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo, Fund. Perseu Abramo, 2002
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Mil Dias. Os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo, Trajetória Cultural, 1988
- LIPPMANN, Walter. *A Reconstrução da Sociedade*. Belo Horizonte, Itatiaia, 1961.
- \_\_\_\_\_ *Public Opinion*. New York, Free Press Paperbacks, 1997
- LIPSET, Seymour M. *The Political Man*. New York, Doubleday, 1960
- LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*. Rio de Janeiro, Zahar, 1982
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e Capitalismo (org.)* São Paulo, Kairós, 1984.

- MARIANI, Bethania. *O PCB e a Imprensa – Os Comunistas no Imaginário dos Jornais*. Campinas, Revan /Ed .da Unicamp, 1998.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações (comunicação, cultura e hegemonia)*. R. de Janeiro, UFRJ, 1997.
- MARTINS, Luciano. *Estado e Burocracia no Brasil pós-64*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985
- MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo, Loyola, 1999
- MELO, José Marques de. *A opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- MELO, José Marques de. *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo, Pioneira, 1972.
- MILL, John Stuart, *Sobre a Liberdade*. Petrópolis, Vozes, 1991.
- MISES, L. Von. *Liberalismo, segundo a tradição clássica*. R. de Janeiro, José Olympio/Inst. Liberal, 1987.
- MOORE JR, Barrington. *Social Origins of Dictatorship and Democracy: Lord and Peasant in the Making of Modern World*. Boston, Beacon Press, 1966
- MORAES, Reginado C. C. de. “Filosofemas que têm conseqüências – a Escola Austríaca e Keynes diante da especulação e da incerteza sistêmica” In *Economia, Política e Ideologias*. Campinas, Unicamp, IFCH, Coleção Primeira Versão, nº 83, abril/99.
- MOSCA, Lineide do Lago Salvador. *A Subjetividade no Editorial: Uma Análise Retórico-Argumentativa da Adjetivação*. Tese de Doutorado, FFCH-USP, 1990
- MUNIZ, Altermar Costa. *As Mudanças de Linha Editorial na Folha de S. Paulo (1979-1989)*. Dissertação de Mestrado, Depto. de História, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1999.
- OFFE, Claus. *Problemas Estruturais do Estado Capitalista*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.
- PAIM, Antonio. *A Querela do Estatismo*. R. de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1978 .
- PARSONS, Wayne. *The Power of the Financial Press*. New Jersey, Rutgers University Press, 1990.
- PENTEADO, J. R. Whitaker. *A técnica da comunicação humana*. S. Paulo, Pioneira, 1982
- PEREIRA NUNES, J. Manuel. *Liberalismo, Brasil e a Década Perdida: manifestações do pensamento liberal no Brasil nos anos 1980*. São Paulo, Dissertação de mestrado, Depto. de História, USP, 1996.
- POPPER, Karl. *A Sociedade Aberta e seus Inimigos*, várias edições.
- POULANTZAS, N. *O Estado, o Poder e o Socialismo*. R. de Janeiro, Zahar, 1982.
- RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre Alerta. Condições e contradições do trabalho jornalístico*. S. Paulo, Brasiliense/Olho D'água, 1994
- ROGERS, Everett. *The diffusion of innovations*, New York, Free press, 1995
- ROTHERMUND, Dietmar. *The Global Impact of the Great Depression (1929-1939)*. London/New York, Routledge, 1996.
- TASCHNER, Gisela. *Folhas ao Vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.

- THOMPSON, Andrés A. *“Think Tanks” en la Argentina (Conocimiento, Instituciones y Política)*. Buenos Aires, Centro de Estudios de Estado y Sociedad, 1994
- VAITSOS, Constantine V., *“Radical Technological Changes and the New ‘Order’ in the World-Economy”* In *Review*, vol. 12, nº 2, 1989.
- VALDÉS, J. Gabriel. *Pinochet’s Economists – The Chicago School in Chile*. Cambridge University Press, 1995.
- VELASCO E CRUZ, Sebastião C. “1975/1976. *“Luzes e Sombras: O discurso antiestatizante.”* In *O Presente como História: Economia e Política no Brasil Pós-64*. Campinas, Ed. Unicamp/IFCH, 1997, Coleção Trajetória 3.
- WEBER, Max. “Para una Sociología de la Prensa” In *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 57, jan-mar./1992. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- WEBER, Max. *Ciência e Política: duas vocações*. São Paulo, Cultrix, 1996.