

Estudos dos *mass media*: diversidade, desdobramentos e convergências

Giovandro Marcus Ferreira *

Este artigo reflete acerca de alguns paradigmas de referência aos longo dos estudos dos *mass media* separando-os em dois grandes setores: de um lado, o conjunto de abordagens no interior das ciências sociais, em especial da sociologia; de outro lado, as ciências da linguagem, a análise do discurso.

Num primeiro momento, mostra-se como diversos paradigmas foram mobilizados para responder o que os *mass media* fazem com as pessoas e com a sociedade, dividindo os estudos em dois campos: aqueles que enfatizam o poder e a presença a dos *mass media* e os estudos que limitam a influência desses meios. Em seguida, o artigo se atém ao avanço da análise de discurso através de noções que ultrapassam e esgarçam o círculo semiótico, fazendo apelo às ciências sociais para uma melhor compreensão da construção do sentido através do discurso. Enfim, no momento em que se anuncia a dispersão do campo de estudo dos *mass media*, o artigo pega um outro viés buscando também perceber os desdobramentos e convergências entre diversas abordagens que estudam esses meios.

* Doutor em Ciências da Informação pela Universidade de Paris II e Professor Adjunto no Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal do Espírito Santo.

Mass média, indivíduos e a sociedade

Grande parte da *communication research* tentou responder a seguinte pergunta: o que os *mass média* fazem com o indivíduo e a sociedade? Nas diversas respostas, observa-se uma articulação nas trincheiras de inúmeras disciplinas, onde o resultado evidencia, de um lado, a onipresença e onipotência dos *mass media*, e, de outro, sua limitada presença e influência. Nesta gangorra entre o ilimitado e limitado poder dos *mass media*, a história das abordagens dos *mass media* vai, aos poucos, sendo edificada.

Os contornos que adquiriram os estudos dos *mass média* são tributários de um estoque de idéias já desenvolvidas ao longo do século XIX. Na esteira desta reflexão sobre as características da sociedade moderna, encontraremos Augusto Comte (1789-1857), Alexis de Tocqueville (1805-1859), Karl Marx (1818-1883), Hebert Spencer (1820-1903) e, um pouco mais tarde, Emille Durkheim (1858-1917), Max Weber (1864-1920), Ferdinand Tönnies (1855-1936), Gustave Le Bon (1841-1931), entre outros.

A complexidade da sociedade moderna é um ponto de vista em comum entre os primeiros sociólogos, mas logo eles se dispersam acerca do diagnóstico e das conseqüências provocadas pelas modalidades da nova sociedade. As análises da sociedade moderna passam pela noção de organismo (complexidade natural), pela especialização do trabalho, pela oposição comunidade X sociedade, pelo comportamento da multidão etc. Os contornos mais radicais sobre os desvios da sociedade moderna, no que toca ao isolamento e uniformidade dos indivíduos, levou à caracterização da sociedade não mais como moderna, mas como produtora de comportamentos massivos.

Da cultura de massa à comunicação de massa

Em primeiro lugar, destacaremos o grupo crítico acerca da sociedade moderna, que, de uma certa maneira, se tornou mais presente nos meios acadêmicos e evidenciou os riscos e perigos da nova ordem social, até atingir uma nova noção denominada sociedade de massa. A crítica realizada pode ser vista numa ótica aristocrática ou reacionária com relação ao presente (apologia ao passado), ou então a crítica utópica, que se empenhava numa idealização ainda não existente. Todas duas perspectivas rechaçam a cultura vigente pela sua fomentação à decadência do homem em particular e da sociedade em geral.

A elevação do termo massa (para a sociedade, cultura, meios de comunicação) surge com coloração pejorativa onde a sociedade e o homem estão em processo de regressão (animalização, uniformidade, manipulação). Ele é colocado em relevo para ressaltar os desvios ou aberrações da sociedade moderna. Neste processo de decomposição social e individual, os meios de comunicação são protagonistas que promovem a era das violações das massas¹, moldando as consciências dos indivíduos, segundo a leitura da *bullet theory* ou teoria hipodérmica.

Na crítica reacionária, pode-se situar as reflexões de Ortega y Gasset², com sua visão ontológica do homem-massa, emergido da sociedade também de massa. Ele se encontra nos vários extratos sociais e é um indivíduo brutalizado, violento, promotor do esgarçamento social. Ortega y Gasset articula o papel dos meios de comunicação pelo viés da técnica que carrega consigo o primitivismo, fazendo emergir a barbárie pela ação das massas. A massa existe, então, pela sua revolta, isto é pela violência ou subversão do diferente e do singular. Neste esforço de precisão e exigência metodológica de tal abordagem, a massa é descrita como sendo formada por indivíduos atomizados, reclusos nos seus espaços privados. Os meios de comunicação surgem com força neste contexto refazendo a ligação de tais indivíduos com a sociedade.

A crítica utópica usa patamares similares para descrever os descaminhos da sociedade e da cultura. Um conceito basilar para descrever a nova realidade cultural será o de indústria cultural, onde seu funcionamento e produção são regidos sob a forma de sistema voltado e gerido pelo mercado. Adorno e Horkheimer enfatizam, nesta dinâmica cultural, o abandono da criatividade com o império dos estereótipos, a perda da soberania do consumidor e, no lugar da individualidade, uma pseudo-individualidade, ou seja, o sujeito está vinculado sem reservas às propostas indicadas pela sociedade.³

Benjamin se esforça para assinalar também alguns aspectos não tão negativos da indústria cultural⁴, mas foram os textos mais ortodoxos da escola de Frankfurt que exerceram maior influência nos meios acadêmicos. Em ambas as críticas – aristocrática e utópica – reina um grande pessimismo em relação ao estágio em que se encontra a sociedade, desequilibrada, de um lado, pela onipresença e onipotência dos meios de comunicação, e, de outro, pela passividade e vulnerabilidade dos indivíduos.

Mais tarde, este aporte crítico se desdobraria, em análises marcadas, ao mesmo tempo, por denúncias e resistências. Em geral, estes estudos reforçam a importância dos meios de comunicação e forçam as relações entre as culturas, que sempre estão numa atitude de confronto, evidenciando a imposição ou a reação entre elas. No bojo destas reflexões, surgem as noções que marcaram época, como o imperialismo cultural, o genocídio cultural ou, mais recentemente, denúncias acerca da tirania da comunicação, universo de convivência, jornalismo de reverência etc.⁵

Novas propostas de estudos surgiram, conservando a assimetria provocada pela força dos meios de comunicação e a vulnerabilidade do público, porém deslocando de tais meios as características das ações. Este é o caso da abordagem do *agenda-setting* ou do agendamento, que surge como uma sociologia cognitiva, indagando o papel dos meios de comunicação como fomentadores agora de *o que pensar*, e não mais de *como pensar*.

Os efeitos são vistos a longo prazo e os meios de comunicação passam a ser eficazes na construção de imagens que o sujeito irá formar em relação à realidade. Assim, a hipótese de *agenda-setting* tem como pressuposto de base que grande parte da realidade social é fornecida, por empréstimo, pelos meios de comunicação.⁶ Os estudos recentes de Patrick Champagne, que se incluem nesta linha, mostra o efeito do agendamento na formação da opinião pública⁷, como também na visão que se constrói acerca das periferias das grandes cidades provocada pela mediatização de suas turbulências sociais.⁸

Da democracia de massa, comunicação de massa à cultura de massa

Um outro viés, também tributário das abordagens sociológicas do século XIX, vai se embrenhar pela reflexão acerca da política de massa, dando destaque à democracia de massa. Um dos percussores desta perspectiva é Alexis de Tocqueville que esboça um pessimismo relativo acerca da então recente democracia americana. Observando a infância das democracias modernas, Tocqueville faz um diagnóstico dos eventuais germes que aparecem com o seu desenvolvimento.

Ressaltando mais uma vez a importância da liberdade de imprensa, Alexis de Tocqueville considera correlatas a soberania do povo e a liberdade de imprensa e, após fazer várias considerações e comparações – principalmente com a França – ele afirma: “Num país onde reina ostensivamente o dogma da soberania do povo, a censura não é apenas um perigo, ela é um grande absurdo”.⁹

Para a sociedade continuar livre e a democracia se tornar perene, esta outra corrente de pensamento irá também ressaltar o papel dos meios de comunicação e das novas tecnologias de comunicação e informação. Tocqueville já afirmava que nas sociedades democráticas uma consequência inevitável é o espírito de empresa, ou seja, o desejo de riqueza que toma o lugar do desejo de glória ou ambição. Cada indivíduo guiará sua vida para construir, sobretudo, bem estar e riqueza. Ele ressalta igualmente a importância crescente das classes intermediárias na articulação entre o movimento democrático e a sociedade industrial, como também um certo conformismo intelectual e moral.¹⁰

Daniel Bell é um dos primeiros a pensar a cultura de massa enquanto cultura do povo, ou melhor, do povo americano. O anúncio de *O fim da ideologia* significa a adoção da cultura de massa como base e razão da existência da sociedade democrática ou da democracia de massa. Da importância dada à imprensa por Tocqueville em relação ao fortalecimento da democracia de massa, Bell vai resgatar os meios de comunicação também para o nível cultural, até então visto com desprezo pelo paradigma crítico.

Outros pensadores vão reforçar o estudo da cultura de massa como lugar de encontro dos diversos setores e extratos sociais (Edward Shils), enfatizando a recusa do totalitarismo pela cultura de massa (D. M. White), até uma visão mais sistemática de David Riesman, com seu clássico livro *A multidão solitária*.¹¹

Desta exaltação de Riesman à cultura de massa até a abordagem tecnológica de McLuhan no livro *Understanding Media: The Extensions of Man*¹², percebe-se uma grande afinidade ou uma “profunda homologia entre o conceito básico”¹³. Segundo McLuhan, “o meio é a mensagem” porque já se criou um ambiente totalmente novo em termos da era eletrônica¹⁴. No interior de uma mesma perspectiva, há o deslocamento do tipo de sociedade para a era tecnológica. A nova cultura passa a ser atributo essencial de um *media* dominante que afeta a ordem social. Logo, o paradigma tecnológico funciona pelo viés da determinação dos *media* em dizer como pensar e como organizar a informação¹⁵.

Esta perspectiva enraizada num determinismo tecnológico ou mediático, fez de McLuhan não um meteoro, como se costuma comparar, mas como um cometa que se faz presente de tempos em tempos. Encontra-se McLuhan nas explicações propostas por Pierre Babin acerca da linguagem dos *media*¹⁶ ou da geração do audiovisual e do computador, como também em Pierre Levy na caracterização da *cybercultura*¹⁷, ou ainda na noção de *mediosfera* em Régis Debray¹⁸, entre outros. McLuhan também é visto em estudos de outros teóricos, que direcionam o determinismo do paradigma tecnológico em uma outra direção, como é o caso do *niilismo tecnológico* de Jean Baudrillard.

Pode-se então observar que, indo de um extremo a outro – do idealismo ao *niilismo* –, o determinismo tecnológico pode ter vida longa. Também observa-se florescer uma sociologia da técnica, em especial uma sociologia da inovação que, embora preocupada com a tecnologia, busca se distanciar do determinismo. Tal abordagem tenta resgatar a história de cada técnica de comunicação, compreendendo um certo número de transformações, até a constituição de um quadro estável do uso pela via da negociação (e não como uma determinação da nova tecnologia!) entre os atores da produção e os da utilização do grande público. Nesta perspectiva explorada por Patrick Flichy, entre outros, observa-se uma convergência dos estudos acerca da técnica, cultura e história.

No estudo da inovação tecnológica aparece uma visão marcada pela *École des Annales*, sobretudo através dos escritos de Braudel (a história vista numa longa duração). As relações de troca na dinâmica cultural a partir da visão dos *Cultural studies* (como Hoggard, que evidencia as relações de troca entre a cultura de massa e a popular¹⁹), e a noção de estratégias e táticas numa abordagem em que Certeau²⁰ busca entender o uso como explicação para a apropriação.

A visão que limita o impacto de uma nova tecnologia – desde a criação até a sua utilização pelo grande público – rechaça o determinismo mediático e, por conseguinte, visualiza os *mass media* enredados em múltiplos quadros de negociação. As novas tecnologias em geral e os *mass media* em particular – passam a ter seus impactos e influências restringidos. Tal conclusão converge também em direção a um outro filão paradigmático que historicamente ressaltou os limites dos *mass media*.

Dos efeitos limitados às celebrações mediáticas

A visão de onipresença e onipotência dos *mass media* vai ser contestada desde a primeira metade do século XX. Nos anos 40, Lasswell é um dos primeiros a refutar os postulados da *bullet theory* ou teoria da seringa, com seus efeitos certos e uniformes que atingiam todo o tecido social, numa relação behaviorista de estímulo-resposta. Porém, Lasswell sugere uma decomposição do ato comunicativo para negar um suposto impacto total. O modelo de Lasswell procura responder várias perguntas antes de emitir opinião sobre o efeito da ação dos *mass media*.

Mesmo continuando num processo assimétrico entre o emissor e o receptor (ativo/passivo), a comunicação intencional e os papéis dos comunicadores isolados²¹, o modelo de Lasswell vai encontrar ressonância sobretudo no desdobramento de duas de suas variáveis: a análise de conteúdo e dos efeitos. O incremento desse dois temas centrais fará apelo sobretudo à psicologia e à sociologia.

Nestes mesmos anos 40, o *Bureau of Social Applied Research*, tendo à frente Lazarsfeld, será um protagonista nos avanços da pesquisa em comunicação. Eles conservam a problemática dos efeitos, porém os deslocam não mais para a sociedade como um todo, mas para o público, os indivíduos: o que os *mass media* fazem com as pessoas?

Nesta investida os efeitos perdem sua força por “filtros” de duas naturezas. De um lado pela natureza psicológica dos indivíduos e de outro pela inserção desses indivíduos num contexto social.

As pessoas não estão diante dos *mass media* como folhas em branco. O efeito irá variar segundo a postura seletiva do público. A seletividade é feita em decorrência do interesse em obter determinada informação, que levará as pessoas a uma maior ou menor exposição a determinados assuntos. Os efeitos serão, segundo essa noção, filtrados pela percepção dos indivíduos. A empatia, antipatia ou apatia são ingrediente que interferem no impacto de uma informação. Por fim, a lembrança ou a memorização de informações serão também regidas pela seletividade. O tempo interfere no maior ou menor grau de persuasão de uma informação.

No que toca à análise de conteúdo, os estudos buscam nas mensagens outras variáveis que também interferem nos efeitos dos *mass media*: a credibilidade do comunicador e as modalidades da argumentação (ordem, integralidade, conclusões)²². Estes estudos buscam detectar os efeitos dos *mass media* pela força da persuasão já que boa parte das pesquisas é feita tendo como *corpus* campanhas políticas. Em algumas pesquisas os *mass media* têm ainda uma força maior de persuasão devido à natureza dos temas analisados (campanhas políticas, publicitárias etc.) sobre os quais a opinião das pessoas pode variar com maior facilidade.

Porém, os estudos do *Bureau* adquirem importância pela relevância da variável contexto ou tecido social. Segundo tais estudos, longe de ser solitário e vulnerável, o indivíduo se encontra socialmente situado, ele está integrado e se identifica com o grupo que exerce pressão sobre suas idéias e ações. Uma primeira conclusão é que o grupo de pertença exerce pressões sobre seus integrantes.

O grupo passa a ter um papel de mediação, por exemplo, na exposição às mensagens mediáticas ou então na avaliação ou percepção de tais mensagens. Assim, percebe-se uma articulação entre os aspectos psicológicos e sociológicos nos estudos do impacto dos *mass media*. Porém, no que toca à influência, o grupo não é um conjunto de indivíduos homogêneos. Serão os líderes que exercerão uma maior influência, os ditos líderes ditos de opinião. Daí o nome do paradigma dos *efeitos limitados* ou dos dois níveis *two-step-flow of communication*. Os *mass media* atingem de início os líderes que vão em seguida mediar junto aos integrantes do grupo. Os efeitos são limitados quantitativa e qualitativamente. Segundo certas pesquisas, com toda essa concorrência os *mass media* influenciam mais com o *efeito de reforço* – que cristaliza decisões já tomadas – do que com os *efeitos de ativação e de conversão*.

Em relação aos líderes de opinião enquanto mediadores, uma espécie de intérprete, observa-se um desdobramento numa abordagem aplicada sobretudo ao estudo do jornalismo: o *gatekeeper*, o porteiro ou selecionador que irá influenciar na produção da notícia. Ora, a noção de *gatekeeper* é então trabalhada pelo *Bureau* na recepção e, em seguida, tal noção é aplicada no estudo do emissor ou do produtor da informação²³.

Ambas abordagens vão sofrer críticas principalmente pela caracterização das funções de filtro²⁴. No que toca às pesquisas do *Bureau*, a importância do líder de opinião vai ser contestada pela difusão cada vez maior de aparelhos receptores, onde a comunicação não se estabelece pela mediação do líder e é logo condicionada pelos dois níveis. A definição desses dois níveis é também colocada em causa, já que a comunicação pode se efetuar em diversos níveis. O apego aos indivíduos e não ao impacto sobre a sociedade provocaram a crítica de Gitlin, teórico do paradigma crítico, já que tal abordagem se preocupa com a drenagem e não com a inundação, ou seja, fixa-se a atenção no detalhe e perde-se a noção do todo.

Em contra partida, Katz rebate essas críticas dizendo que a abordagem da sociedade de massa é incapaz de comprovar a vulnerabilidade das massas, seja na leitura do isolamento dos indivíduos – onde cada um se encontra fechado no seu mundo com medo dos outros (atomização) –, seja naquela leitura onde se está enclausurado no silêncio com medo de ser isolado – a espiral do

silêncio, de Noëlle -Neumann. Segundo Katz, ambas as abordagens resgatam os mitos fundadores da sociedade de massa, onde os *mass media* reinam sem resistência²⁵.

Será o próprio E. Katz que em 1959 anunciará e perseguirá novos objetivos para a pesquisa dita administrativa: “É preciso concentrar a atenção menos sobre o que os *mass media* fazem com as pessoas e mais sobre o que as pessoas fazem com os *mass media*”. Katz destaca que essa abordagem foi engendrada pelas duas variáveis precedentes: seletividade e relações pessoais²⁶.

Na esteira dos usos dos *mass media*, Katz e Dayan estudaram grandes cerimônias televisadas (viagens do Papa, casamento real, tratados de paz etc.), descobrindo que tais eventos (*a história em direto* ao nível da recepção) produzem o efeito de uma norma social, e o papel da televisão na sociedade contemporânea vai além da função informativa, se inscrevendo no âmbito do performativo, “reforçando consensos ou ultrapassando crises”²⁷.

Neste estudo observa-se a convergência com outros paradigmas na análise desses acontecimentos mediáticos. O paradigma tecnológico oferece um aporte, sobretudo ao enfatizar nossa pertença, “no sentido em que nos organizam e nos ligam a outros que também a eles têm acesso”²⁸. Da mesma forma acontece com o paradigma crítico no seu postulado de reprodução social; com a antropologia cerimonial, que tem a cerimônia como sistema de atores, representações, funções; os estudos sobre a persuasão, que analisa a influência dos *mass media* sobre aquilo que pensamos a curto prazo; e com a noção de *uso e satisfação*, no destaque às “satisfações obtidas” como fruto das “satisfações procuradas”²⁹.

Assim, observamos também uma importante convergência na conclusão do estudo feito por Katz e Dayan, como exigência para compreender melhor os grandes acontecimentos mediáticos. Caso contrário, correria sérios riscos de mutilação do objeto. Enfim, nem tudo que acontece no campo dos estudos dos *mass medias* é sinal de dispersão ou implosão, muito pelo contrário, observa-se várias articulações e desdobramentos em busca da compreensão da complexidade da cultura e dos *mass media*. Tal dinâmica é característica da mobilização de uma comunidade científica, como descreve T. Kuhn.

A abordagem dos *usos e satisfações* passou por um longo período de auto-crítica, motivado pelos contornos demasiadamente empiristas, mentalistas e funcionalistas que adquiriu. As respostas do público tinham um grande valor e eram aceitas, por vezes, de maneira ingênua. Para entender melhor tais satisfações, a abordagem dos *usos e satisfações* faz apelo às ciências do texto (análises do discurso), incrementando assim a relação entre o texto e o público. O processo de interpretação passa a ser visto como uma negociação entre eles. Observa-se então mais uma convergência entre dois campos de estudos que viveram em ruptura durante boa parte desta breve história dos estudos dos *mass media*: a sociologia e a semiótica.

O discurso dos *mass media*: do círculo semiótico ao círculo hermenêutico

O modelo semiótico-informacional tem também uma abordagem contratual que concebe sobretudo a articulação de códigos. Se o modelo tem o mérito de colocar em relevo a perspectiva contratual, em contrapartida ele fechou o contrato nas trocas de mensagem enquanto códigos, simplificando o processo de comunicação. Isso se deu, primeiramente, porque tais trocas são caracterizadas por simples mensagens e não por conjuntos textuais. Em seguida, porque os destinatários não estão situados em relação às suas práticas textuais. Por fim, despojados de tais práticas, os destinatários não são posicionados numa perspectiva diacrônica³⁰.

É preciso reconhecer um grande mérito deste modelo na sua abertura em direção aos aspectos sociológicos quando ele sublinha a influência dos fatores sociais nos processos comunicativos. Entretanto, o modelo semiótico-informacional continua limitado à análise das mensagens, isto é,

dos códigos e das estruturas comunicativas. Tais aspectos irão proporcionar mudanças paradigmáticas nas pesquisas posteriores.

O novo modelo passa a ser conhecido pelo nome semiótico-textual. Ele não considera mais o processo de codificação e decodificação como o único ou mais importante núcleo de explicação da relação entre a produção e o reconhecimento do discurso. A relação entre a produção e o reconhecimento não é mais limitada pelos códigos, pelas mensagens em si, mas pelos conjuntos de práticas textuais. O modelo semiótico-textual considera os efeitos possíveis como uma noção central na descrição das trocas entre o enunciador e o destinatário, quer dizer, a comunicação se estabelece num constante desnível entre a produção e o reconhecimento discursivo.

Existe um desnível permanente entre o destinatário/modelo ou leitor/modelo, se a apropriação for extraída da terminologia de Umberto Eco, construída pelas estratégias da enunciação textual. O destinatário/modelo é configurado pelo texto como uma proposição de apreender o destinatário empírico. O desnível entre os dois destinatários – discursivo e empírico – não é jamais desfeito, pois esta diferença que os separa é permanente³¹.

O destinatário não é mais um depósito de transmissão de sinais ou de signos como foi visto, mas um alvo em evolução contínua cujo os movimentos vão ter incidências sobre a produção discursiva. A análise semiótica se coloca sobretudo na relação entre a produção e o reconhecimento discursivo. Esta posição analítica também sofreu uma evolução ao longo dos anos. No que toca a este sujeito, Veron et Fouquier estabeleceram três gerações da análise de discurso, dos anos 60 aos anos 80³².

A semiologia dos anos 60 (immanentista ou de primeira geração) se dava um *corpus* e se fechava para descrever o funcionamento conotativo do sentido. De uma certa maneira esta *démarche* fazia frente às pesquisas sociológicas e psicológicas. Era preciso valorizar a análise da mensagem em si.

A semiologia de segunda geração – a dos anos 70 – busca a produção do sentido sob a influência difusa das gramáticas generativas. Tendo como ponto de partida os textos, a análise tinha como objetivo reconstruir o processo de seu engendramento.

A semiologia de terceira geração – a partir dos anos 80 – passa então analisar o funcionamento do discurso do ponto de vista da teoria da enunciação: sobre a modalidade do *dizer* e não do *dito*, que são dois níveis de funcionamento do discurso. O desafio mais importante era, nestes anos, a integração da produção e dos efeitos de sentido nas pesquisas efetuadas. Logo, a perspectiva para os estudos futuros do discurso, segundo estes dois teóricos, será a realização de tal integração.

Nos anos 90, assiste-se um esgarçamento cada vez maior do círculo semiótico, no momento em que a análise de discurso intensifica seu apelo às ciências sociais para melhor compreender a produção e o reconhecimento dos discursos. Percebe-se então que a significação vai se deslocando de um círculo semiótico (relação construída pelos sujeitos discursivos) rumo ao círculo hermenêutico, como nos propõe Paul Ricoeur e alguns teóricos da Escola de Constância (H. R. Jauss, Wolfgang Iser).

Este novo patamar de leitura já tem sinais nos estudos do contrato de leitura de Eliseo Veron³³ (em busca dos grupos de projeção), e nas análises de Teun van Dijk³⁴ acerca das estruturas da notícias e dos fenômenos das ideologias e seu papel na dinâmica social. Numa perspectiva idêntica, realizamos também um trabalho sobre o posicionamento discursivo dos jornais que relaciona, num mesmo círculo de significação, o posicionamento dos sujeitos discursivos e sociais para uma melhor explicação da variação de tiragem de jornais em concorrência³⁵.

- 1 TCHAKHOTINE, Serge. *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 1952.
- 2 ORTEGA Y GASSET, José. *La révolta des masses*, Paris, Gallimard, 1967.
- 3 HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1989.
- 4 BENJAMIN, W. “A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução”, in *Benjamin, Habermas, Horkheimer, Adorno*, col. Os pensadores, São Paulo, Editora Abril, 1983.
- 5 Ver RAMONET, Ignacio. *A tirania da comunicação*, Petrópolis, Vozes, 1999. Ver também HALIMI, Serge. *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Editions Liber-Raisons d’Agir, 1997.
- 6 WOLF, Mauro *Teorias da comunicação*, Lisboa, Editorial Presença, 1987.
- 7 CHAMPAGNE, P. *Faire l’opinion Paria*, Editions de Minuit, 1990.
- 8 CHAMPAGNE, P. “La construction médiatique des «malaises sociaux», in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 90, Paris, Maison des Sciences de l’Homme, décembre 1991, pages 64-75.
- 9 Idem, ibidem, p.277.
- 10 ARON, Raymond. *Dix-huit leçons sur la société industrielle* (Leçon II – Tocqueville et Marx), Paris, Gallimard, 1962.
- 11 Idem, ibidem.
- 12 MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*, São Paulo, Cultrix, 1979.
- 13 Martín-BARBERO, J. Op.Cit.
- 14 Idem, ibidem.
- 15 KATZ, Elihu, “La recherche en communication depuis Lazarsfeld”, in *Hermes*, n° 4, Paris, Edions du CNRS, 1991.
- 16 BABIN, P.e BOULOUMDJIAN, M-F. *Os novos modos de compreender a geração do audiovisual e do computador*, São Paulo, Paulinas, 1989. Ver Também BABIN, P., *Langage et culture des médias*, Paris, Editions Universitaires, 1991.
- 17 LEVY, P. *Cyberculture*, Paris, Editions Odile Jacob, 1997.
- 18 DEBRAY, R. *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991.
- 19 Ver HOGGART, Richard, *La culture du pauvre*, Paris, Editions de Minuit, 1970.
- 20 Ver CERTEAU, M. de. *L’invention du quotidien*, 1. arts de faire, Paris, Gallimard, 1990
- 21 WOLF, Mauro, Op.Cit.
- 22 Idem, ibidem.
- 23 Ver o estudo de Manuel López sobre a produção de notícias no jornal espanhol *El Pais* sob a égide dos *gatekeeper*. LOPEZ, M. *Cómo se fabrican las noticias : fuentes, selección y planificación*, Barcelona / Buenos Aires / México, Paidós, 1995.
- 24 A crítica feita à noção de *gatekeeper* na produção da notícia será acerca da distorção voluntária praticada pelo suposto selecionador. Quanto mais se pesquisa sobre as condições normais da produção de notícia, mais se vai ressaltar o modo como está organizada, institucionalizada e exercida a profissão de jornalista. Estas novas variáveis levam a um outro modelo analítico para o estudo da produção de notícia conhecido por *Newsmaking*. As bases dessa abordagem vão se assentar sobre as rotinas produtivas, ou seja, a importância dos valores/notícia fomentados pela escassez de tempo (ex.: jornalismo televisado e radiofônico) e de espaço (ex.: jornalismo impresso). Veja esta abordagem aplicada ao telejornalismo no estudo do professor Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior. PEREIRA JR. Alfredo E. V. *Decidindo o que é notícia – os bastidores do telejornalismo*, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2000.
- 25 KATZ, E., Op.Cit.
- 26 Idem, ibidem.
- 27 DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu, *A história em directo – os acontecimentos mediáticos na televisão*, Coimbra, Minerva, 1999.
- 28 Idem, ibidem, p. 216.
- 29 Idem, ibidem.

30 WOLF, M. Op.Cit.

31 ECO, Umberto. *Lector in fabula*, Paris, Grasset, 1985.

32 VERON, E., “Quand lire c’est faire: l’énonciation dans le discours de la presse”, in *Sémiotique II*, Paris, IREP, 1985.
Eric Fouquier faz uma história da semiótica comercial ; ver também “Petite histoire de la sémiotique commerciale en France”, in *Théma - études, recherches et stratégies en communication*, Paris, Sarl, s/d..

33 VERON, E. “L’analyse du contrat de lecture”, in *Les médias, expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP, 1983, p.203-229 .

34 Ver DIJK, Teun van. *La noticia como discurso* , Barcelona, Paidós, 1990. Ver também DIJK, T. *Ideología* , Barcelona, Gedisa Editorial, 1999.

35 FERREIRA, Giovandro. “Le contrat de communication des deux quotidiens: *A Gazeta* et *A Tribuna* de la ville de Vitória (Espírito Santo - Brésil) de 1988 à 1993”. Paris, Université de Paris II (tese de doutorado), março de 1997.