

# O Jornalismo especializado e a mediação de um *ethos* na sociedade contemporânea<sup>1</sup>

Frederico de Mello Brandão Tavares

## RESUMO

Este texto propõe uma reflexão sobre o jornalismo de revista e a sua relação com a formação de um *ethos* social na contemporaneidade. Partindo do pressuposto de que o discurso do jornalismo especializado é dotado de características próprias, perguntamo-nos mais especificamente sobre as mediações decorridas da relação entre jornalismo e sociedade num momento em que os temas da *qualidade de vida* e do *bem estar* (social e individual) emergem nas esferas temáticas do mundo da mídia. As discussões norteadoras fundamentam-se em proposições teóricas sobre: 1) a discussão sobre a natureza do jornalismo, 2) a mediação como ato comunicativo e suas singularidades quando processada na relação mídia e vida social, 3) a formação de um *ethos* na sociedade, 4) as mudanças advindas com a modernidade e as conseqüências de tal processo em âmbito coletivo e individual, 5) a participação do jornalismo na tessitura da cultura na sociedade contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo especializado. Mediação. *Ethos*. Contemporaneidade.

■  
<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil

## 1 Introdução

Jornalismo é, por definição, uma prática social voltada para o “contar histórias”. Em seus registros estão os resultados de um testemunho ou de uma investigação, a construção ou reconstrução de um acontecimento ou saber. O jornalista capta o mundo, conforma-o e informa-o através de um dizer. Diz-se sobre o mundo, para ele e, muitas vezes, por ele.

Partindo do diálogo existente entre o jornalismo e a vida social, e observando os diferentes produtos jornalísticos disponíveis ao público, é possível notar facetas distintas de jornalismo, assim como facetas distintas da sociedade por ele traduzida. Mas se o objeto primeiro do jornalismo é o acontecimento, sendo daí derivada a notícia e a construção discursiva do real, o que acontece quando o jornalismo não se volta para um acontecimento pontual, para um fato extraordinário, mas para certos “acontecimentos invisíveis” da e na sociedade? Tal indagação caminha para questionamentos a respeito do jornalismo que se dirige não para acontecimentos factuais propriamente ditos, mas para os valores, os hábitos, os costumes, comportamentos e sentimentos que compõem a sociedade contemporânea.

Nesse cenário, há um nicho editorial que vem crescendo tanto no mercado do jornal impresso diário, quanto no mercado do jornalismo de revista: o do jornalismo especializado, voltado para o tema da **qualidade de vida** na sociedade<sup>2</sup>.

É crescente o segmento de publicações e “subpublicações” (cadernos e suplementos) cuja grande temática está voltada para uma leitura dos problemas que cercam o mundo atual e para as várias maneiras de se lidar com isso. Para citar alguns exemplos: o jornal *Folha de S. Paulo* publica, semanalmente, o suplemento *Folha Equilíbrio*, voltado para temáticas do bem estar; e o jornal mineiro *Estado de Minas* que veicula, sempre aos domingos, o caderno *Bem Viver*, voltado para a busca pelo equilíbrio (mental, profissional, afetivo) daqueles que habitam o meio urbano<sup>3</sup>. No mercado das revistas, podemos citar duas publicações da Editora Abril: a revista *Bons Fluidos* e a revista *Vida Simples*. Poderíamos ainda incluir as revistas voltadas para os cuidados com o corpo e com a saúde, todas estas, assim como outras publicações cujo gênero se aproxima, voltadas, de alguma forma, para um foco de “preocupação” que reflete certos parâmetros sociais e formas de se perceber a sociedade, bem como de nela se viver<sup>4</sup>.

Nosso ponto de vista gira em torno da idéia de que em tais publicações, mais que delimitada uma relação do jornalismo com um certo segmento de público, acreditamos estar representada uma peculiar relação entre o jornalismo e a sociedade, principalmente

<sup>2</sup> Tais publicações tornaram-se uma constante em nossa sociedade moderna, lugar em que, para muitos autores, as crises (coletivas e principalmente individuais) advindas com o “fim” ou com a “crise” da modernidade estão cada vez mais evidentes.

<sup>3</sup> Se observarmos o universo televisivo, poderíamos citar alguns outros exemplos, tais como: os programas vespertinos que aliam jornalismo e entretenimento e também programas como *Globo Repórter* (Rede Globo) e *Repórter Record* (Rede Record) que, com certa frequência, realizam reportagens sobre o tema da qualidade de vida e do bem estar.

<sup>4</sup> Nossa reflexão centrar-se-á, especificamente, nesse segmento editorial. Acreditamos que o jornalismo de revista possui singularidades cuja influência sobre a produção jornalística e a leitura especializada sobre a sociedade ganham contornos altamente complexos. Uma vez que não deve se perder de vista o grau de representatividade dos meios de comunicação, assim como a natureza de proximidade dos discursos jornalísticos de revista para com seu público, deve-se indagar de forma elaborada e diferenciada sobre o diálogo aí presente, manifestação da relação direta entre cultura, mídia e sociedade.

■  
5 Para além da questão de gênero discursivo aí envolvida, e para além das dinâmicas que o mesmo pode provocar no discurso daí resultante, está em jogo uma outra dinâmica, que diz respeito à própria relação do jornalismo com a contemporaneidade.

■  
6 Como aponta Francisco Rüdiger (1996), a literatura de auto-ajuda refere-se à expressão textual de um conjunto de práticas resultante da convergência de processos históricos mais amplos e altamente incorporados pela “moderna indústria da cultura”, desencadeados principalmente a partir da segunda metade do século XIX e consolidados no século XX.

■  
7 “Campo que se origina no ensino da prática e que se desenvolve na mão dupla da atração e aversão à teoria. Campo das contradições e das tensões: teoria e prática, técnica e criatividade, de crítica ou adesão ao mercado. Campo que tem como motivação inicial a intervenção dos meios na sociedade. Campo que se origina em torno da pergunta pelo processo, pelo tipo de relação, pelos sentidos que são produzidos quando a comunicação hegemônica é distribuída em larga escala, nos moldes da produção mercadológica em geral, atravessando o espaço para informar em tempo real o acontecido, nivelando e homogeneizando os diferentes sujeitos do mundo” (BERGER, 2002, p. 138).

no que diz respeito às maneiras do primeiro lidar com a segunda<sup>5</sup> Uma espécie de “jornalismo de auto-ajuda” parece se formar e, ao mesmo tempo, um certo conjunto de valores e práticas passa a ganhar relevância e visibilidade, deixando escapar, de alguma forma, uma leitura jornalística diferente e especializada sobre a (ou sobre uma) sociedade. Nosso pressuposto, no entanto, é de que não se tem com isso a configuração de um tipo de jornalismo de serviços, mas sim, a configuração de uma outra função (e leitura) social do jornalismo, condizente com certa demanda social, mas, também, com, talvez, uma outra demanda dentro do próprio campo jornalístico (e da sociedade); bem como com uma específica tradução jornalística da vida social.

Ao assumir, à sua maneira, “fiscalizar”, “regular” e “orientar” certas práticas e valores, representando e captando um certo quadro de sentido (RODRIGUES, 1994) sobre a sociedade, o jornalismo passa a operar como sujeito em um campo antes dominado por um tipo específico de produção discursiva – cujo maior representante está na literatura de auto-ajuda<sup>6</sup> – e, ao mesmo tempo, instaura uma nova dinâmica de relação entre meio de comunicação e público.

É diferente ler um livro de auto-ajuda e ler uma revista cuja temática, *a priori*, e de alguma forma, seria a mesma. Nesta relação passam a operar novos elementos como uma periodicidade, uma fidelidade leitora, uma credibilidade jornalística, um certo tipo de texto, uma nova relação entre sujeitos. Deixa de existir um autor, mas passa a existir, antes dele, ou à sua frente, uma publicação. Por detrás dessa lógica, há uma nova dinâmica sócio-midiática que nos faz pensar em duas grandes indagações – que jornalismo é esse e o que ele significa? – circundadas por um questionamento mais amplo: como jornalismo atua na mediação de um *ethos* social na contemporaneidade?

## 2 Sobre o jornalismo

Os estudos sobre jornalismo possuem destaque entre as investigações realizadas no campo da comunicação, tendo lugar central na constituição das problemáticas deste mesmo campo<sup>7</sup>, como aponta Christa Berger (2002). No universo comunicacional, os fenômenos jornalísticos são importantes para pensarmos a comunicação no que lhe há de conversacional ou interacional, contextualizando-a na esfera da produção industrial de diversos conteúdos, transmitidos e distribuídos “[...] através de sofisticadas tecnologias, com a função de nortear tanto a organização social quanto o convívio social” (BERGER, 2002, p. 139).

Como nos lembram Elton Antunes e Paulo Bernardo Vaz, a mídia é

[...] algo capaz de transmissão que permite uma modalidade de experiência assentada no transporte e deslocamento de signos. Tal processo de midiática, muito mais do que meio, afigura-se também para além de um estado. A melhor tradução de seu processo é a de um fluxo onde se dão as operações, onde se mesclam e entrecruzam mundos simbólicos e materiais que têm os meios à montante e à jusante, e que em seu curso carrega grande parte das narrativas da contemporaneidade: cotidianas e institucionais, corriqueiras e especializadas, midiáticas e não midiáticas (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 45).

Inserido neste contexto, o jornalismo como prática midiática, envolvido nos processos que a envolve, enreda uma série de narrativas cujos conteúdos, modos de recepção e, principalmente de produção, vem sendo largamente estudados. Naquilo que se pode chamar por “Teorias do Jornalismo” ou nas pesquisas específicas sobre o campo estão presentes uma série de estudos e reflexões sobre a constituição dessa atividade dentro da sociedade. Nesse cenário, destacam-se como temáticas as discussões sobre a produção da notícia, a história do jornalismo, a relação do jornalismo com a sociedade e, inseridas nessa última, as perspectivas sobre o jornalismo como forma de conhecimento, como representação e como narrativa.

Tais estudos (ou teorias daí advindas), como aponta Nelson Traquina (2001), são fruto da atenção por parte não só da comunidade acadêmica, mas também por parte de diversos agentes sociais e dos próprios cidadãos no que diz respeito à ação social do jornalista. Neste contexto, desponta uma perspectiva construcionista, em que aparece a idéia de que as notícias – e o próprio jornalismo – são resultado de “[...] processos de interação social entre jornalistas, entre os jornalistas e a sociedade, e entre os jornalistas e suas fontes de informação” (TRAQUINA, 2001, p. 63). Sob tal ponto de vista, o mundo social e político configura-se como uma realidade não predeterminada e não estanque, em que os jornalistas atuam ativamente, construindo-a e constituindo-a.

No interior dos estudos jornalísticos, não se pode negar a primazia da tríade conceitual “fato-acontecimento-notícia” e, conseqüentemente, o destaque, no interior das pesquisas da área, para a investigação das formas de produção noticiosas jornalísticas e para os conteúdos das notícias aí produzidas<sup>8</sup>. Jorge Pedro Sousa (2002) chega a dizer que os referentes principais dos discursos jornalísticos são, além de acontecimentos, também idéias e temáticas. Mas sobre estes dois últimos, sobre os processos que os mesmos passam a envolver quando inseridos no jornalismo, pouco se tem explorado.

Os acontecimentos, pela sua **notoriedade**, são a base para a produção noticiosa, gerando-a ou, inclusive sendo gerados por ela. Como aponta Adriano Rodrigues (1993), a notícia seria um

<sup>8</sup> “Se bem que a notícia não se esgote na sua produção, fase que compreende essencialmente a recolha, seleção, processamento e hierarquização da informação, provavelmente essa é a etapa que mais concentra as atenções dos estudiosos, paradoxalmente talvez porque é a menos visível” (SOUSA, 2002, p. 13).

■  
<sup>9</sup> As notícias, produtos jornalísticos resultado de um discurso elaborado de forma complexa, além de representar determinados aspectos da realidade cotidiana, “[...] pela sua mera existência, contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes” (SOUSA, 2002, p. 13). A novidade por ela trazida tem sentido compreensível em determinados contextos (históricos e socioculturais), sendo o leitor/ receptor, responsável por reconhecê-lo e por atribuir-lhe seu último significado.

■  
<sup>10</sup> Como apontam os autores, o sentido de dispositivo por eles assumido “[...] procura avançar a aceção construída, sobretudo, com as formulações de uma teoria do cinema, que, para além da aceção fortemente técnica, compreendiam o dispositivo como agenciamento de vários elementos para uma representação/ construção do real” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 46).

■  
<sup>11</sup> Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p.17) no prefácio do livro *Os elementos do jornalismo* complementam essa idéia: “As pessoas têm uma característica intrínseca – um instinto, digamos – de saber o que acontece além de sua própria experiência direta”.

meta-acontecimento discursivo, que se dedica a falar sobre um outro acontecimento, este, um acontecimento notável, singular e concreto que (ir)rompe na tessitura da realidade. Assim, os acontecimentos são transformados em notícia pelo sistema jornalístico, sendo a notícia<sup>9</sup>, a unidade discursiva desse sistema.

A notícia constitui-se como um conjunto de “[...] artefatos lingüísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e resultam de um processo de produção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores [...]” (SOUSA, 2002, p. 13). Tais fatores atuam como variáveis de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, história e física (tecnológica), sendo incorporados e difundidos pelos diferentes meios de comunicação.

Além disso, não podemos negar também a existência de um outro tipo de ação conformadora no processo de produção noticiosa, que reflete diretamente sobre o produto final por ela gerado: a do dispositivo midiático. Este, como apontam Antunes e Vaz (2006, p.46), “[...] compreende as dimensões da comunicação como um certo arranjo espacial, uma forma de ambiência (um meio em que), e um tipo de enquadramento que institui um mundo próprio de discurso”<sup>10</sup>. Transpondo tal concepção para o campo jornalístico, alcançamos seus veículos, seus estilos e, conseqüentemente, a ação do dispositivo como uma força que atua na conformação das notícias que ali se apresentam.

Nossa reflexão direciona-se especificamente para o jornalismo dito especializado e para a relação que este assume com a sociedade – caracterizada pelo tipo de produção noticiosa aí envolvida – tendo como um de seus pontos de partida e/ou temática, o dispositivo revista. Segundo Marília Scalzo (2004, p.13), “[...] as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura”. Sob esse ponto de vista, podemos perguntar: como tal jornalismo vem atuando – representando e direcionando sujeitos – na sociedade contemporânea?

## 2.1 Jornalismo, cultura e sociedade

Segundo Felipe Pena (2005), o jornalismo está intimamente ligado à necessidade humana de conhecer<sup>11</sup>. Nesse sentido, quando falamos de jornalismo, falamos de uma prática discursiva especializada de produção e transmissão de saber. Diferentemente de um relato de viagem ou de pesquisa, o texto jornalístico possui uma maneira ímpar de registrar e contar sobre o que ele conhece ou busca conhecer. Tal discurso é responsável por realizar uma leitura da realidade, atuando de forma a colaborar na constituição

do liame social. Seja através da informação, seja através da análise da mesma, o discurso jornalístico assume funções que lhe são socialmente atribuídas e, com isso, incorpora uma série de expectativas (e acordos) por parte daqueles que o produzem e também – ou principalmente – por parte daqueles que o recebem.

O discurso jornalístico sacia um desejo social: o de trocar informações e, conseqüentemente, o de manter-se informado (FRANÇA, 1998). Os “produtos jornalísticos” permitem aos sujeitos saber o que acontece, situar-se no espaço e no tempo; possibilitam um compartilhamento de um mesmo universo de valores e, com isso, promovem um constante posicionamento subjetivo e intersubjetivo no interior da sociedade.

Independentemente do veículo, do tipo de jornalismo, no interior de várias e distintas construções lingüísticas e formas de representação, não se perde de vista que o jornalismo, sempre, “[...] informa, narra, desvela o mundo.” (BERGER, 2002, p. 139). O jornalismo, no entanto, não está voltado para a “estabilidade” deste mundo. O ponto de convergência entre ambos está, na sua origem, naquilo que irrompe no cotidiano, naquilo que se destaca ou deve ser destacado de uma certa entropia.

Nesse sentido, a relação entre o jornalismo e a sociedade se dá de forma dinâmica e opera conseqüentemente na dinâmica existente em cada um desses âmbitos. Estamos dizendo aí de uma relação de comunicação, de trocas de sentidos e significados, inseridos num processo circular que envolve produção e recepção, transmissões e leituras. E, caminhando nessa fina relação é que podemos despertar para certos questionamentos e dúvidas.

Olhando-se para aquilo que poderíamos chamar de **gêneros** jornalísticos, encontraríamos diferentes produtos e diferentes leituras do mundo; definidas ou direcionadas pelos dispositivos nos quais estão inseridos. Nesse contexto, é possível perceber certas mudanças sobre o fazer jornalístico e sobre seu próprio discurso. Em publicações impressas especializadas, por exemplo, como revistas femininas ou revistas temáticas em geral, o estatuto de notícia ali encontrado difere daquele outro estatuto, ligado à produção noticiosa diária, seja ela impressa, televisiva etc. Conseqüentemente, são estabelecidas nestes espaços midiáticos novas (ou específicas) maneiras de se relacionar com o social e com aquilo que o envolve. As relações daí advindas, e a maneira como as mesmas se materializam, principalmente nos discursos que aí se formam, são estimulantes para pensarmos de forma complexa o jornalismo. A mídia hoje, como nos diz Roger Silverstone (2002), está intimamente ligada à construção da tessitura da experiência social. E o jornalismo, aí incorporado, não escapa desse processo. Como nos aponta Vera França (1998), o jornalismo desenvolveu-se e desenvolve-se sempre “[...] em íntima comunhão com os momentos e os ‘estados’ da sociedade que fala e da qual ele fala.” (FRANÇA, 1998, p. 28).

No caso do jornalismo especializado, podemos dizer, presentificam-se certos “acontecimentos invisíveis” que permeiam a sociedade e que são fundamentais em sua constituição. Apresenta-se nesse contexto uma relação entre o jornalismo e a cultura, deixando mostras de uma relação maior e direta em que mídia e sociedade são lidas e re-lidas uma pela outra, configurando aí um processo de mediação<sup>12</sup>.

A mediação, nesse sentido, apresenta-se como prática midiática de captar a realidade e transmiti-la a partir de um processo de produção próprio, sem fugir da idéia de interação comunicativa que a envolve. Percebemos assim, a mediação como um processo socialmente contextualizado, inserido numa lógica comunicativa mais ampla, que abrange diversos âmbitos de produção, recepção e de relação entre ambos.

No terreno do diálogo entre cultura e cultura de massa/comunicação de massa, caminhamos hoje para uma idéia da existência de uma cultura da mídia, que influencia e participa diretamente da vida cotidiana ora como base, ora com pano de fundo para certos processos de criação e identificação dos sujeitos<sup>13</sup>. Douglas Kellner (2001) evidencia que a partir de análises de produtos “propriamente massivos e midiáticos” é possível compreendermos o que está acontecendo nas sociedades e nas culturas contemporâneas. John Thompson (1995), também pensando esse diálogo entre cultura e comunicação, destaca a importância dos fenômenos culturais dizendo que estes podem ser estudados, de acordo com uma **concepção estrutural** de cultura, como presentes em contextos estruturados cuja análise “[...] pode ser pensada como o estudo da constituição significativa e da contextualização social das formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p. 166)<sup>14</sup>.

Nas sociedades contemporâneas, no que diz respeito à mídia e aos seus diversos campos de atuação, há uma série de produtos culturais voltados para segmentos específicos de público, pensando uma comunicação mais direcionada, que dê conta de “atingir e suprir” certas necessidades ou de acompanhar certas identidades. Tal processo – a relação mídia com a sociedade – não é exclusivo dos dias atuais, mas vive hoje uma fase de grande adensamento (complexidade) se pensarmos comparativamente os processos históricos comunicacionais (midiáticos).

Assim, nos dias atuais, é importante verificarmos em que medida os meios de comunicação dizem da sociedade, para a sociedade e pela sociedade. Nas revistas de periodicidade variada (quinzenal, mensal etc), voltadas para um público específico e, consideradas mais especificamente como representantes de um jornalismo especializado, distinto daquele “puramente” noticioso, encontra-se uma especialidade temática, uma conformação

<sup>12</sup> O conceito “mediação” é utilizado, traduzido ou renomeado, por vários autores, sofrendo variações de acordo com seus usos. Alguns exemplos freqüentes: Martín-Barbero (2001) fala da existência de “Mediações Culturais” no interior da sociedade, Sodré (2001) utiliza o termo “Mediatiza o” para dizer de uma Media o feita pela Média; em sentido próximo ao de Sodré, Thompson (1995) faz uso do termo “M dia o”.

<sup>13</sup> “A cultura, em seu sentido mais amplo,   uma forma de atividade que implica alto grau de participa o, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, a o e criatividade. A cultura da m dia participa igualmente desses processos, mas também   algo novo na aventura humana” (KELLNER, 2001, p. 11). Devido a essa origem recente e   complexidade de sua realidade, a cultura da m dia, diz Kellner, tem sido vítima de certas teorias inadequadas. Por tal motivo, coloca o autor, “[...] o melhor modo de desenvolver teorias sobre m dia e cultura   mediante estudos específicos dos fen menos concretos contextualizados nas vicissitudes da sociedade e da história contempor nea” (KELLNER, 2001, p. 12). Nosso trabalho busca se inserir nessa lógica.

<sup>14</sup> Thompson diz que “[...] a concep o estrutural da cultura oferece uma base sobre a qual podemos começar a pensar acerca do que está envolvido na emergência e desenvolvimento da comunica o de massa. Isto porque a comunica o de massa se interessa, de certo modo e em virtude de certos meios, pela produ o e transmissão de formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p. 166-167). O autor, nesse sentido, diz da existência de uma “m dia o” da cultura moderna.

própria sobre a realidade e uma interação distinta com a sociedade. Em tais publicações, apresenta-se uma forma específica de enunciação<sup>15</sup> e, conseqüentemente, de discurso. Há, nelas, também, uma forma de ver a realidade e, ao mesmo tempo, uma sensibilidade própria para falar da mesma. Cabe, pois, nos perguntarmos: que realidade é essa? Que maneira de dizer está aí envolvida? Quais os significados da dinâmica que envolve essas instâncias?

### 3 Os “acontecimentos invisíveis” e o *ethos* social: jornalismo especializado e contemporaneidade

Para a jornalista Marília Scalzo (2004), a vocação histórica das revistas não é propriamente noticiosa, mas sim a do tratamento de duas grandes temáticas: a da educação e a do entretenimento. Para a autora, enquanto os jornais possuem em sua origem a marca explícita da política, as revistas destacam-se por cumprir a função de ajudar na complementação da educação, no oferecimento de certos serviços a seus leitores, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, na interpretação dos acontecimentos. Nesse sentido, a revista

[...] possui menos informação no sentido clássico (as ‘notícias quentes’) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividade no que vão apresentar a seus leitores. Ou que não façam jornalismo (SCALZO, 2004, p. 14).

Diante de tal observação, quando olhamos para o jornalismo especializado voltado para o bem viver, para a qualidade de vida, podemos dizer que estamos lidando com o entrecruzamento de grandes temas: mídia/jornalismo, sociedade contemporânea, sujeito contemporâneo. Mas de que maneira podemos pensar esse entrecruzamento?

Uma vez que o jornalismo de revista volta-se, através de uma dinâmica própria para a sociedade, sem, no entanto, deixar de ser jornalismo – como aponta Scalzo (2004) –, as revistas especializadas, podemos dizer, voltam-se para certos “acontecimentos invisíveis” que permeiam a vida cotidiana, que servem de base para a formação das diversas teias e tramas sociais e que passam a ganhar destaque não pela sua “anormalidade” frente ao pano de fundo da qual fazem parte, mas justamente por este pano de fundo ser considerado hoje um contexto de intensa instabilidade.

Para pensarmos um pouco melhor essa relação, vale retomarmos brevemente algumas idéias sobre a noção de acontecimento. O jornalista, como sabemos, atua socialmente como interlocutor entre a sociedade e ela mesma. Ao mediar o mundo, ele olha para o que está a sua volta (e para quem está sua volta) sabendo que sua

<sup>15</sup> Este projeto trabalha com uma idéia de enunciação que se aproxima das proposições de Bakhtin (1995). Para o autor, como apontam Beth Brait e Rosineide de Melo (2005), a linguagem deve ser vista a partir de uma perspectiva histórica, cultural e social, incluindo em si mesma uma comunicação efetiva e os sujeitos nela envolvidos. “Nesta perspectiva, o enunciado e as particularidades de sua enunciação configuram, necessariamente, o processo interativo, ou seja, o verbal e o não-verbal que integram a situação e, ao mesmo tempo, fazem parte de um contexto maior histórico, tanto no que diz respeito a aspectos (enunciados, discursos, sujeitos etc.) que antecedem esse enunciado específico quanto ao que ele projeta adiante” (BRAIT; MELO, 2005, p. 67). Nas palavras de Bakhtin: “O centro organizador de toda enunciação, de toda expressão, não é interior, mas exterior: está situado no meio social que envolve o indivíduo” (BAKHTIN, 1997, p. 121).



ação, mais que iniciar um processo, insere-se, como diz Mouillaud (2002) em relação à atuação do profissional de jornal impresso, em uma cadeia mais ampla de sentidos, da qual o produto impresso é apenas um componente. E o mesmo vale para os referentes jornalísticos, os fatos e acontecimentos. Como aponta o autor, os acontecimentos devem ser vistos como também pertencentes a processos de informação anteriores a eles, existentes na dinâmica espaço-temporal da sociedade. Assim, além de uma idéia de construção social da realidade promovida pelo jornalismo, o que incluiria a idéia de uma construção jornalística de acontecimento (ou de acontecimento como construção jornalística), devemos pensar o acontecimento como algo ligado a um tempo social, a um contexto mais amplo que, quando mediado (pela mídia), assume graus distintos de visibilidade e de importância.

Nesse sentido, como nos aponta Marialva Barbosa (2002), vale relevarmos que, para além da elevação midiática de um acontecimento, lançando um certo fato para um espaço de notoriedade, o mais relevante é caracterizar o próprio acontecimento contemporâneo. Segundo a autora, tal acontecimento é

[...] resultado de uma lenta estruturação cultural e de fatos sociais reais: a emergência de um jornalismo especializado, o debate cultural em torno de um assunto presentificado, uma nova apreensão temporal do mundo contemporâneo e a configuração do imaginário social, entre tantas outras nuances (BARBOSA, 2002)<sup>16</sup>.

■  
<sup>16</sup> Documento eletrônico.

Dessa forma, pensando o tempo social para o qual nossa reflexão se destina, bem como pensando seus referentes, podemos dizer que o jornalismo especializado voltado para o bem estar social e para uma qualidade de vida na sociedade contemporânea, coloca em evidência a sociabilidade, um *ethos*<sup>17</sup> social, tratando de certos temas isolados, mas não puramente factuais, que, em conjunto, olhados como um todo, indicam, dão mostras, sobre dimensões éticas no interior de nossa cultura hodierna. Como nos lembra Clifford Geertz (1989), o termo *ethos* resume os aspectos morais (e estéticos) e os elementos valorativos de uma dada cultura. “O *ethos* de um povo é o tom, o caráter e a qualidade de sua vida, seu estilo moral e estético, e sua disposição é a atitude subjacente em relação a ele mesmo e ao seu mundo que a vida reflete” (GEERTZ, 1989, p. 93).

Nesse ponto de vista, poderíamos dizer que os acontecimentos que compõem o *ethos* mediado pelo jornalismo em questão, mais que irrupções, constituem-se por tramas “[...] que se precipitam sobre o universo midiático articuladas como uma ‘malha’ de pequenas e (quase) invisíveis narrativas que irrigam a vida social” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 52).

■  
<sup>17</sup> Segundo o filósofo Henrique Vaz (1988) o termo *ethos* possui dois sentidos, variando de acordo com o vocábulo grego a ser usado para escrevê-lo. Em um primeiro sentido, *ethos* designa a morada do homem, sua casa. “O homem habita sobre a terra acolhendo-se ao recesso seguro do ‘ethos’” (VAZ, 1988, p. 12-13). Nesse sentido, o *ethos* não é dado, é construído pelo homem. É ele o espaço humano onde irão inscrever-se “[...] os costumes, os hábitos, as normas, os valores e as ações” (VAZ, 1988, p. 13). A segunda acepção do *ethos* diz respeito “[...] ao comportamento que resulta de um constante repetir-se dos mesmos atos”. Quando dizemos aqui de um *ethos* social, falamos justamente da relação entre ambas concepções, cuja circularidade se dá na existência de certos costumes e na ação do homem sobre os mesmos através de sua vontade, de seu hábito (*hexis*), sendo tal ação permeada por certos valores e normas, também gerados pelo próprio homem e pela sociedade.

Seguindo esse percurso, alcançamos, pois a vida social contemporânea e alguns questionamentos: Quais são suas características? Quais suas dimensões? Quem são seus sujeitos? Quais as trocas e relações aí desenvolvidas? Que sentidos podem ser apreendidos no momento em que mídia se insere nesse contexto?

Nos discursos presentes no interior das ciências sociais e humanas, tornou-se freqüente a discussão sobre o nosso tempo, o tempo de hoje. Mas que tempo é esse? Fala-se em uma Modernidade Tardia e em uma Alta Modernidade (GIDDENS, 1991, 2002), em uma Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001), em Pós-Modernidade (BAUMAN, 1998; HARVEY, 1998; LYOTARD, 2002; MAFFESOLI, 1995; VATTIMO, 2002). Fala-se também em Sociedade da Comunicação, Sociedade do Consumo (BAUDRILLARD, 1995), Sociedade da Informação (MATTELART, 2002), Sociedade Pós-Industrial (BELL, 1973). Para além das nomenclaturas e idéias envolvidas nesses conceitos/definições, as quais não se deve deixar de pensar de maneira detida e cuidadosa, destaca-se como pano de fundo de suas reflexões uma certa condição humana, uma certa configuração espaço-temporal, resultado (inacabado) de amplas mudanças nos processos históricos, sociais, culturais, políticos éticos, estéticos, institucionais, econômicos decorrentes desde a modernidade.

Diz-se teoricamente de uma certa crise da modernidade, de conseqüências da modernidade ou mesmo de seu fim. E o contexto aí refletido deve ser observado para pensarmos a qual demanda social o jornalismo vem respondendo e até mesmo qual a natureza do diálogo com a sociedade<sup>18</sup> que tal jornalismo realiza.

Para Zigmunt Bauman, a sociedade que vem surgindo ao nosso redor possui uma condição que ainda se mantém eminentemente moderna nas suas ambições e no seu *modus operandi*, mas que se acha desprovida das antigas ilusões de que o fim da jornada estava logo adiante. Nesse sentido, aponta o autor, a modernidade atual, diferentemente da anterior (por ele chamada de sólida), desmonta suas realidades não em uma perspectiva de longa duração, com uma intenção de se tornar melhor e novamente sólida. Tudo agora estaria sempre a ser desmontado, sem perspectiva de nenhuma permanência. Tal processo é explicado por Bauman através da metáfora da liquidez, dizendo que o fluxo da “nossa modernidade atual” ocorre tal como ao de um líquido, caracterizado por uma incapacidade de manter a forma. “Nossas instituições, quadros de referência, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de se solidificar em costumes, hábitos e verdades ‘auto-evidentes’” (BAUMAN, 2006)<sup>19</sup>.

■  
<sup>18</sup> Não trataremos neste momento de questões propriamente referentes à realidade brasileira, mas, certamente este é o horizonte de nossa pesquisa.

■  
<sup>19</sup> Documento eletrônico.

■  
20 “Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas – os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividades humanas, de outro” (BAUMAN, 2001, p. 12).

■  
21 Desde a modernidade, como afirma Giddens, há um processo de contínua organização e reorganização reflexiva das relações sociais à luz de “[...] contínuas entradas (*inputs*) de conhecimento afetando as ações de indivíduos e grupos [...]” (GIDDENS, 1991, p. 25).

■  
22 Segundo Giddens (2002), os meios de comunicação atuam na mediação da experiência na sociedade contemporânea, intensificando um processo que já existe nas relações humanas cotidianas por meio da linguagem.

Nesse contexto, o sociólogo chama a atenção para os riscos que envolvem a sociedade contemporânea, apontando para uma situação de incerteza e insegurança que permeia a vida coletiva e individual<sup>20</sup> em esferas que variam desde as condições climáticas (naturais) a outras de ordem mais social (econômica, política, ética, moral, cultural, etc). Bauman destaca que, para confrontar sua condição existencial e enfrentar seus desafios, “a humanidade precisa se colocar acima dos dados da experiência a que tem acesso enquanto indivíduos. Ou seja, a percepção individual, para ser ampliada, necessita da assistência de intérpretes munidos com dados não amplamente disponíveis à experiência individual”. (BAUMAN, 2003).

Visão próxima a de Bauman encontramos nas reflexões de Anthony Giddens (1991, 2002). Segundo o autor, a modernidade tardia, a qual ele também se refere como alta modernidade, tem um certo caráter de apocalíptico, não no sentido de se dirigir à calamidade, mas devido ao fato de inaugurar uma série de riscos e incertezas que não faziam parte dos períodos históricos anteriores. Na verdade, como coloca o autor, haveria hoje um adensamento da vida social, consequência direta da evolução do período moderno cujos reflexos tem se percebido diretamente na sociedade e, principalmente, na esfera individual. As mudanças daí advindas vêm realizando alterações nos papéis institucionais e na reflexividade<sup>21</sup> dos sujeitos, ocasionando mudanças na organização social, desde a escolha de um estilo de vida a um planejamento para o viver cotidiano. Por conta desse processo, certas instituições e sistemas passam a participar mais efetivamente dos âmbitos individuais e coletivos, o que coloca em evidência, por exemplo, a mídia<sup>22</sup>.

Na perspectiva de Giddens (2002), a mídia influenciaria nos processos de formação da auto-identidade dos indivíduos, atuando como elemento de reflexividade na vida cotidiana, agindo sobre os processos de reflexividade do eu. Nesse contexto, uma série de questões morais passam a coabitar a vida social, agindo diretamente sobre questões éticas e, podemos dizer, conseqüentemente, sobre a cultura.

Diante do cenário acima exposto, se retomamos as idéias em relação aos “acontecimentos invisíveis” captados pela mídia e ao *ethos* social, fica notória a relação entre os temas. A trama social, a sociabilidade contemporânea, cujos aspectos apontamos brevemente, está altamente influenciada pela nova “condição humana” compartilhada contemporaneamente. Nesse sentido, há uma modificação e um redirecionamento de nossos princípios éticos e de nossa conduta moral. O *ethos* social é afetado pelas mudanças nas instituições e sistemas aos quais se liga, bem como os afeta.

Dado esse contexto, retomamos algumas questões: como o jornalismo atua nesse contexto? O que acontece quando o jornalismo, de forma especializada, decide se dedicar a este universo, a essa superfície invisível presente no pano de fundo da vida social?

#### 4 Jornalismo de auto-ajuda?

Nos discursos históricos sobre a comunicação de massa, houve um momento em que se inferia uma certa onipotência em relação aos discursos da mídia, tomando esta não apenas como co-participante da vida social, mas, determinadamente, como sua direcionadora. No ambiente da contemporaneidade, quando dizemos de um certo não-lugar dos sujeitos, de um certo fluxo sem direção em relação à vida social e individual, um dos possíveis lugares a se chegar é aquele que se refere justamente ao papel da mídia.

Nas argumentações de Giddens (2002), a mídia, bem como outros discursos contemporâneos, passa a atuar como elemento reflexivo na sociedade, junto a todo tipo de manual, guia, obra terapêutica e de auto-ajuda. Tal papel, segundo o autor, é resultado sintomático dos fenômenos sociais atuais e dos processos sociais neles presentes. Tais obras e produtos, mais que “textos” sobre esses processos, são também materiais que de certa maneira os constituem. Na perspectiva de Giddens (2002), a mídia e tais obras fazem parte um cenário contemporâneo onde a insegurança, a incerteza, abrem brechas e criam novas demandas para o surgimento e/ou destaque de uma participação especializada na sociedade, ou melhor, para a evidência e importância de certos saberes especializados e de certos especialistas<sup>23</sup>.

Segundo o autor, ciência, tecnologia e especialização desempenham um papel fundamental naquilo que ele aponta ser uma **segregação da experiência**<sup>24</sup>, processo iniciado na modernidade, e cuja lógica implica na ocultação pelos sistemas abstratos de certos fenômenos/ problemas que atrapalhariam as regularidades e seguranças da vida cotidiana. Nesse contexto, se pensarmos o papel da mídia, é inevitável que alcancemos a participação da chamada cultura de massa e seus produtos.

Entre tais produtos, destaca-se a literatura de auto-ajuda. Como defende Francisco Rüdiger (1996), o consumo destes livros por camadas inteiras da sociedade, tornou-se, há pelo menos três gerações (desde os primórdios do século XX), um fenômeno cotidiano, dependente de um contexto cultural<sup>25</sup>, que pré-interpreta e transmite uma série de sentidos sobre o mundo. Compartilhando das idéias de Giddens, Rüdiger (1996) diz que hoje, com a cultura de massa, a reflexividade é introduzida

<sup>23</sup> Zygmunt Bauman (1998) em seu livro *O Mal-estar da pós-modernidade*, afirma que os homens e as mulheres “[...] pós-modernos realmente precisam do alquimista que possa, ou sustente que possa, transformar a incerteza de base em preciosa auto-segurança [...] A pós-modernidade é a era dos especialistas em ‘identificar problemas’, dos restauradores da personalidade, dos guias de casamento, dos autores dos livros de ‘auto-afirmação’: é a era do ‘surto de aconselhamento’” (BAUMAN, 1998, p. 221).

<sup>24</sup> “A orientação da modernidade para o controle em relação à reprodução social e à auto-identidade tem certas conseqüências características ao nível da experiência moral. Referir-me-ei a essas conseqüências genericamente como segregação da experiência. O fenômeno está diretamente ligado com o caráter internamente referido da vida social e do eu. Com o amadurecimento da modernidade, os sistemas abstratos desempenham um papel cada vez mais abrangente na coordenação dos vários contextos da vida diária. ‘Perturbações’ externas a tais sistemas reflexivamente organizados são minimizadas” (GIDDENS, 2002, p. 139).

<sup>25</sup> Rüdiger (1996) considera o fenômeno da literatura de auto-ajuda como inserido no contexto do crescimento da cultura de massa e ligado a processos históricos complexos, específicos e recentes.

■  
26 Sobre o discurso de auto-ajuda e suas relações com a subjetividade ver: Chagas (2001, 2002).

“[...] na própria base da reprodução do sistema, de forma que o pensamento e a ação estão constantemente refratados entre si” (RÜDIGER, 1996, p. 13). O autor desenvolve um raciocínio, verificando em que medida a literatura de auto-ajuda atua na conformação de uma subjetividade no contexto da cultura de massa<sup>26</sup>, ressaltando a lógica do individualismo como norteadora desse processo.

Rüdiger (1996) aponta para o diálogo entre um cientificismo coisificador e uma espiritualidade na constituição do discurso da auto-ajuda, ou seja, aponta para o diálogo e o uso de certos saberes especializados. Para ele, tais saberes atuam massificadamente na constituição de um *ethos* da personalidade na sociedade contemporânea: a personalidade como uma realidade imediata que deve ser moldada de dentro para fora, potencializada por estímulos externos, mentais, presentes na literatura em questão.

Mas, se caminhamos para outros produtos contemporâneos de mídia, o que acontece quando tal processo caminha para o jornalismo e, mais especificamente, para o jornalismo especializado? Que jornalismo seria esse? Seria jornalismo? Configurar-se-ia aí um “jornalismo de auto-ajuda”?

Como nos relembra Vera França,

[...] o jornalismo está enraizado no terreno da palavra humana e social e, neste terreno, através dos tempos e das mudanças da sociedade, ele se constrói como uma maneira específica de dizer. Resultado de pulsões intersubjetivas e da vida coletiva, a fala jornalística se constrói como uma palavra especializada que se distancia pouco a pouco de outras dinâmicas de circulação da informação na sociedade (FRANÇA, 1998, p. 28).

Nesse sentido, que diz de uma perspectiva relacional sobre o jornalismo, se alcançamos o jornalismo de revista, e propriamente de revistas voltadas para o bem viver e a qualidade de vida, temas da dita auto-ajuda, o que significa o discurso aí presente? Quais os conteúdos por ele configurado? Que sociedade é mostrada? Que dimensões éticas e morais se apresentam? Que valores são captados e reelaborados por esse dispositivo midiático?

Lembrando que o dispositivo “[...] nos convoca e nos enreda em seus processos” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 50), processo que é resultado de uma construção discursiva obrigatoriamente co-determinada “[...] por vozes e operações que se realizam para além do espaço midiático” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 50), alcançamos então nossa questão central: de que maneira o jornalismo atua na mediação de um *ethos* social na contemporaneidade?

As preocupações acima expostas são relevantes para os estudos sobre o jornalismo e suas formas de representação e construção social, englobando a produção de conhecimento na sociedade, bem como a relevância social dos discursos jornalísticos e dos saberes por eles produzidos. Além disso, no que diz respeito à

relação meio de comunicação e público, tais questionamentos ajudam a configurar um quadro de compreensão sobre um novo diálogo social permeado pela cultura de massa, bem como sobre novos espaços empíricos para se pensar a cultura da mídia na contemporaneidade, a imbricação dos meios de comunicação com o tempo social nos quais estão inseridos e a relação destes com âmbitos culturais cada vez mais complexos e dinâmicos. O jornalismo, mais que representar a sociedade, também a constitui; e realizar sua leitura à luz das discussões sobre os temas acima trabalhados possibilita a busca pela compreensão de dúvidas e respostas existentes e produzidas na própria teia da interação social.

## Specialized journalism and mediation of an *ethos* in contemporary society

### ABSTRACT

This article consists of a reflection on magazine journalism and its relation to the formation of a social *ethos* nowadays. Based on the assumption that the discourse of specialized journalism has its own peculiarities, we ask, more specifically, about the mediations that derive from the relationship between journalism and society, at a moment when the issues of *quality of life* and *welfare* (social and individual) emerge in the thematic spheres of the media world. The debates that guide our work are based on theoretical propositions on: 1) the debate on the nature of journalism, 2) mediation as a communicative act and its singularities when processed in the relationship between the media and social life, 3) the formation of an *ethos* in society, 4) the changes that emerged with modernity and the collective and individual consequences of such process, 5) the role of journalism in the construction of culture in contemporary society.

**KEYWORDS:** Specialized journalism. Mediation. *Ethos*. Nowadays.

## Periodismo especializado y la mediación de un *ethos* en la sociedad contemporánea

### RESUMEN

Este artículo consiste en una reflexión en el periodismo de comportamiento y su relación con la formación de un *ethos* social en la actualidad. Al presuponer que el discurso del periodismo especializado tiene sus características propias nos preguntamos, de manera más específica, sobre las mediaciones que derivan de la relación entre el periodismo y la sociedad, en un momento en que los temas de la *calidad de la vida* y del *bienestar* (social y individual) aparecen en las esferas temáticas del mundo de los medios. Las discusiones que dirigen nuestro trabajo se basan en asuntos teóricos sobre: 1) la discusión sobre la naturaleza del periodismo, 2) la mediación como un acto comunicativo y sus singularidades cuando procesada en la relación entre los medios y la vida social, 3) la formación de un *ethos* en la sociedad, 4) los cambios advenidos de la modernidad y las consecuencias colectivas e individuales de tal proceso, 5) el papel del periodismo en la construcción de la cultura en la sociedad contemporánea.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo especializado. Mediación. *Ethos*. Actualidad.

## Referências

- ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. P. 43-60.
- BAKHTIN, Mikhail. A interação verbal. In: BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1997. P. 110-127.
- BARBOSA, Marialva. O acontecimento contemporâneo e a questão da ruptura. **Semiosfera**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, maio 2002. Disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera02/> Acesso em: 13 ago. 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade do consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995. 213 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **O Mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998. 272 p.
- \_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001. 258 p.
- \_\_\_\_\_. A sociedade líquida de Zygmunt Bauman. **Folha de S.Paulo**, 19 out. 2006. Caderno Mais! Entrevista concedida a Maria Lúcia Garcia Pallares-Burke. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1910200304.htm>. Acesso em: 11 ago. 2006.
- BELL, Daniel. **O Advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social**. São Paulo: Cultrix, 1973. 540 p.
- BERGER, Christa. Jornalismo na Comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antônio (Orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002. P. 137-163.
- BRAIT, Beth; MELO, Rosineide. Enunciado/ enunciado concreto/ enunciação. In: BRAIT, Beth. (Org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005. P. 61-78.
- CHAGAS, Arnaldo. **A Ilusão no discurso de auto-ajuda e o sintoma social**. 2. ed. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2001. 128 p.
- \_\_\_\_\_. **O Sujeito imaginário no discurso de auto-ajuda**. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2002. 180 p.
- FRANÇA, Vera Veiga. **Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998. 260 p.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989. 216 p.
- GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991. 184 p.
- \_\_\_\_\_. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: J.Zahar, 2002. 236 p.
- HARVEY, David. **A Condição pós-moderna**. 7 ed. São Paulo: Loyola, 1998. 352 p.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001. 454 p.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003. 302 p.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição pós-moderna**. 7. ed. Rio de Janeiro: J.Olympio, 2002. 132 p.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995. 168 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001. 372 p.

MATTELART, Armand. **A História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002. 198 p.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. (Orgs.). **O Jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Editora UnB, 2002. 587p.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. P. 27-33.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação**. Lisboa: Presença, 1994. 231 p.

RÜDIGER, Francisco. **Literatura de auto-ajuda e individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1996. 296 p.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. 112 p.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002. 302 p.

SODRÉ, Muniz. Eticidad y campo comunicacional sobre la construcción del objeto. In: LOPES, Maria Immacollata Vassallo de; NAVARRO, Raul Fuentes (Orgs.). **Comunicación campo y objeto de estudio: perspectivas reflexivas latinoamericanas**. México, Universidad de Guadalajara, 2001. P. 149- 150.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó, SC: Argos, 2002. 224p.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995. 427 p.

TRAQUINA, Nelson **O Estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001. 220 p.

VATTIMO, Gianni. **O Fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna**. 2. ed. São Paulo: M. Fontes, 2002. 232 p.

VAZ, Henrique Cláudio de Lima. Fenomenologia do *Ethos*. In: VAZ, Henrique Cláudio de Lima. **Escritos de Filosofia II: ética e cultura**. São Paulo: Loyola, 1988. P. 11-35.

**Frederico de Mello Brandão Tavares**

*Doutorando em Ciências da Comunicação/*

*UNISINOS*

*Bolsista CNPq*

*Mestre em Comunicação Social /UFMG*

*Jornalista*

*E-mail: fredericombtavares@yahoo.com.br*