

A crítica à Imprensa e seus problemas normativos¹

Luís Carlos Lopes²
lclopes@ax.apc.org

Resumo

Este artigo discute as posturas normativas existentes ou adotadas pela produção intelectual na forma de livros, artigos e *sites* específicos que avaliam e criticam a imprensa. Busca-se a compreensão, no sentido hermenêutico do termo, das suas regras de justificação implícitas e explícitas, sobretudo no que se refere às ‘verdades’ e ‘mentiras’ divulgadas e ‘retrabalhadas’ pelos receptores das mensagens jornalísticas. Discutem-se, baseado em Habermas, Bourdieu e outros, as intrincadas relações estabelecidas entre os jornalistas, donos dos meios de comunicação, poder político e vida social, sob o ponto de vista das crenças e do discurso moral. Pretende-se analisar os modelos de compreensão disponíveis e avançar em outros que sejam mais eficientes para o entendimento dos significados (sentidos) possíveis da imprensa brasileira e dos seus críticos internos e externos.

Palavras-chave: moral, hermenêutica, jornalismo.

¹Este texto foi apresentado no Núcleo de Pesquisa de Jornalismo da INTERCOM 2001. Foi antes publicado nos anais do mesmo evento em CD-ROM e também no livro Estudos de Jornalismo (I), organizado por Marialva Barbosa.

²Luís Carlos Lopes é professor adjunto IV do Departamento de Comunicação Social e membro do corpo permanente do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense.

Introdução

A partir da crise política dos governos militares e, sobretudo, do fim oficial da ditadura, a relação entre a imprensa (meios de comunicação e jornalistas) e o poder político tem sido objeto de algumas análises e comentários que tentam deslindar os seus meandros. Antes, no período de amordaçamento quase integral da imprensa, viabilizado pela censura prévia de Estado, tal tipo de coisa não era possível ou socialmente necessária. A mudança de contexto, a partir dos anos oitenta, atribuiu novas significações para o ofício do jornalismo nas mais diferentes direções.

Nesta nova fase, o problema não era mais o de reagir ao Estado, que impunha limitações ao ofício de modo claro e direto, e sim, o de compreender as relações estabelecidas entre: as empresas de comunicação e o poder de Estado; a corporação dos profissionais de imprensa, enquanto assalariados, e sua organização sindical; os jornalistas, as empresas e os governos, mediados pelos políticos profissionais. É fato que todos estes elementos já havia antes, mas ganharam, no novo contexto, colorações bem mais específicas.

Algumas investigações deste problema têm tido notoriedade, sendo expressa em: memórias autobiográficas; relatos das sagas de magnatas da imprensa e de fatos controvertidos mais significativos tais como a Era Collor e os planos econômicos; críticas e textos dos jornalistas sobre as suas práticas e de seus colegas; programas televisivos tais como os *talk-shows* onde se entrevistam personagens do jogo do poder e da imprensa; *sites* analisando e criticando a imprensa etc. A imprensa pensa a imprensa, as mídias refletem sobre as mídias em um jogo circular de palavras e opiniões.

Esta produção, de modo geral, não segue qualquer parâmetro externo ao jogo midiático, tendo bastante aceitação, pelo menos entre os que também lêem jornais e as revistas mais significativas. Em muitos casos, dá enormes lucros reais e simbólicos, produzindo uma espécie de ‘história imediata das mídias’ de grande apelo comercial e de influência inegável no universo simbólico dos grupos sócio-culturais afetáveis ou permeáveis. Por isso, pode-se dizer que complementa o discurso jornalístico. Esta imprensa da imprensa cumpriria o papel de ir um pouco além da superficialidade habitual ou de simplesmente reificá-la, sem o peso da linearidade obsessiva do cotidiano jornalístico.

O caráter normativo deste gênero da produção jornalística ou meta-jornalística é evidente. Parte de concepções morais hegemônicas entre os que a produzem e os que a

consomem. A circularidade destas normas indica que se tratam de representações que caminham em território social delimitado.

Moral e imprensa

A noção de moral percorre a história do pensamento humano desde a antiguidade. Aberta a mítica caixa de Pandora, tivemos que escolher o nosso futuro entre dois caminhos (bem e mal) previamente delineados pelo destino. Cometemos o pecado original e fomos expulsos do paraíso, perdendo qualquer possibilidade de divindade na vida terrena.

Para alcançarmos o céu, precisamos escolher e prestar contas de nossos atos frente a Osíris que pesará nossos corações e decidirá o nosso futuro; ou frente ao Deus-pai, no juízo final de nossas almas. Em termos práticos, imaginando-se que a mitologia fosse a própria vida, dificilmente haveria quem sobrevivesse ao julgamento de Osíris ou ao juízo final bíblico.

Se aplicarmos o que foi dito acima aos jornalistas e aos jornais, talvez o inferno virasse uma imensa fogueira de máquinas, papel impresso, tintas, películas, discos e fitas contendo fotos e filmes etc, usados como combustível, para queimar as carnes e os ossos dos pecadores em vida, destinados ao fogo eterno. Se houvesse imprensa, tal como hoje a conhecemos, na época de Dante, o célebre poeta, certamente, teria reservado um círculo no seu inferno estético, a ser usado para abrigar os donos de jornais e seus jornalistas. No lugar mais lúgubre e profundo, imagina-se que estariam os donos das redes de TV, e vários dos diretores dos telejornais mais influentes e seus súditos mais leais.

Os grupos sociais criam suas crenças morais, incluindo nelas, suas noções de verdades (múltiplas) e de mentiras (sempre negadas). Os dois termos carregam em si mesmo uma ‘carga viral’ de problemas. Esta fez muitos pensadores esquecerem-se deles, tentando, como nós, entender o comportamento humano, inclusive os dos donos dos meios de comunicação e de seus jornalistas e outros agentes, como o da criação, manutenção e atualização de representações múltiplas do mundo da vida. Nelas, deve-se (por obrigação moral) acreditar. O teorema armado nos sentidos comuns pelas crenças morais é necessariamente paradoxal. Trata-se de uma equação de soma zero que só funciona se nela acreditarmos.

A forte influência dos princípios morais tomistas, eivados de nossa tradição ibérica, fortalece este tipo de percepção que, convenientemente, retira das estruturas materiais, em destaque as institucionais, quaisquer responsabilidades sobre a ação humana. Nega o fato do pertencimento a um determinado tipo de instituição, como explicação razoável para o comportamento das pessoas. De acordo com o senso comum dominante, a bondade e a maldade são coisas de foro íntimo. Trata-se do livre-arbítrio, da escolha entre o certo e o errado. Estes seriam procedimentos que todos entenderíamos como obrigações morais individuais e naturais.

A moral tomista (religiosa) ou kantiana (laica e de pretensão universal), talvez um pouco de cada uma, está presente nos universos simbólicos sociais e midiáticos ou midiáticos e sociais, tanto faz, do Brasil. Parte-se da idéia de que estes universos são múltiplos e funcionam (estando sempre em movimento e mutação) respectivamente aos diversos grupos sócio-culturais em que se pode dividir a sociedade brasileira. Haveria, entretanto, crenças comuns, mesmo que com leituras um pouco divergentes, que formariam, em uma abstração recorrente, um modo nacional-urbano das classes médias e ricas de ver os nossos problemas.

A moral pragmática identificada por Habermas no seu clássico *Consciência Moral e Agir Comunicativo* e em outros livros posteriores (ver referências bibliográficas), obviamente é real e consiste em um aporte indiscutível para as ciências sociais. A partir deste conceito, compreende-se que a moral não é universal. A particularidade da moral não a individualiza como um conceito pessoal, permanecendo como relativa aos entes sociais que a desenvolvem em um tempo e espaço definidos. A proposição deste autor choca-se com o conceito tradicional de moral universal (Kant), que consiste em uma abordagem metafísica apriorística, desvinculada da vida social.

De acordo com a moral pragmática habermassiana, concluiríamos pela existência de princípios normativos formados e ajustados às práticas sociais das quais seriam partes integrantes. Assim como podemos falar de uma moral de Estado compartilhada por políticos profissionais e pela alta burocracia das várias esferas do poder público, poderíamos falar de outras morais compartilhadas por outros grupos sócio-culturais.

Compreendendo-se que os grupos sócio-culturais articulam-se a partir da divisão da sociedade em classes (no sentido material e de posição assumida), regiões, crenças, profissões, universos simbólicos etc; poder-se-ia chegar, por meio da pesquisa, a inúmeras regras de justificação social. Estas derivariam de uma herança histórico-

cultural comum, montada no decurso nas redes intersubjetivas sócio-simbólicas compartilhadas no tempo e no espaço, somada às especificidades destes agrupamentos humanos.

Na tentativa de um detalhamento, diríamos que a corporação dos jornalistas da grande imprensa das maiores cidades do país definiria suas próprias crenças morais que conteriam, como em outros casos de moral pragmática, seus elementos de tensão interna e externa. Nesta moral particular poder-se-á encontrar os vestígios das regras de poder e de dominação a que estão submetidos estes profissionais, assim como os possíveis atos de rebeldia (em dados momentos históricos) a este *status quo*.

A existência de uma moral pragmática de determinado grupo sócio-cultural não precisa, para existir, de sua consciência explícita. Trata-se de uma questão de crença e para crer, não é necessário saber. Pode-se pensar, por exemplo, que nossas crenças são as mesmas dos outros ou pode-se desejar que assim seja. Dependendo do poder interno e externo do grupo que é sujeito de determinado tipo de moral, pode-se chegar a se tentar impor ou influenciar outros grupos. Tal como Habermas aponta, é necessária a construção de discursos morais envolventes, que possam servir para organizar – a moral perpassaria o conjunto das crenças (representações) e do agir humano – o comportamento e com ele a comunicação interna e externa.

O sentido moralizador tradicional – moralismo – é de grande apelo social, pelo menos para o público que o consome, que certamente imagina ou finge acreditar que o mundo da vida é divisível entre céu e inferno, homens bons e maus.

A identidade brasileira, mesmo que seja fragmentária e desigual, pressupõe um auto-reconhecimento e que se sigam os preceitos morais considerados como válidos, isto é, que se convalidem as diversas práticas morais dos grupos sócio-culturais envolvidos. O repúdio, quando é para valer, porque pode ser apenas um simulacro, refere-se às posturas normativas acreditadas de modo diverso por grupos externos ao que se critica. Em qualquer situação, a não ser em caso de ruptura absoluta, haverá o momento de recomposição e de aceitação das diferenças, mesmo com restrições. As mídias exercem no presente contexto papel fundamental, são integradas aos universos simbólicos e materiais de nosso mundo da vida.

Sem alguma forma de consenso (que pode ser um outro nome da dominação), o edifício simbólico total da sociedade ruiria e teria de ser reconstruído em novas bases. Não é a isso que temos assistido desde o fim da ditadura militar. Sob o ponto de vista histórico, a transição foi marcada pelo compromisso e acomodação dos diversos

interesses que se manifestaram dos anos oitenta para cá. Mesmo as dissensões puderam ser admitidas, desde que não fossem capazes de desequilibrar o sistema nos seus pontos mais essenciais. Por isso, as novas mídias, entendidas como parte da complexidade deste processo, agem em conformidade com o mesmo.

As mídias fazem a mediação entre os diversos grupos sócio-culturais, ao mesmo tempo em que convalidam determinadas práticas, quando isto é politicamente um imperativo do poder político ou financeiro. Nem sempre este esquema funciona. Nos seus interstícios, por vezes, pode-se observar problemas que não eram para ser vistos ou ver, acreditando que não era para ver, e assim sair convencido da existência do jogo democrático e da possibilidade de intervenção pelo voto, pela opinião ou crítica jornalística do momento ou *a posteriori*.

A imprensa crítica da imprensa e a moral

Nota-se que no exercício crítico que a imprensa faz sobre a própria imprensa, o discurso moral é uma constante. Isto porque, como diz o famoso reclame “(...) você nunca mais vai ler o jornal do mesmo jeito”. Será? Os sujeitos emissores deste discurso buscam comprovar a ‘veracidade’ do que estão dizendo contra a ‘mentira’ ou a ‘distorção’ de outras visões. Antepõem-se ao que foi ou está estabelecido pelo noticiário; apresentam-se novas dimensões de fatos conhecidos ou possíveis de se imaginar que teriam sido ‘escondidos’ ou ‘omitidos’ do grande público no passado e no presente.

Trata-se da ‘febre’ da nova versão, do furo do furo, da re-elaboração da notícia, reconstruída com mais palavras e com um sentido moralizador. A expansão desse gênero de comunicação só pode ser explicável pela sua aceitação social. Não teria o espaço que tem, sem que houvesse o respaldo que encontra, mesmo ou até porque não causa qualquer fratura mais profunda.

O Brasil é um país de poucos leitores de jornais e de poucos capazes – no sentido de teoricamente habilitados – e/ou mais interessados em decodificar, por exemplo, a imprensa televisiva – na direção da politização consciente. Os consumidores dos produtos da imprensa de elite, entendida como os jornais, revistas e telejornais lidos e assistidos pelas classes médias e ricas, e de suas críticas, principalmente na forma de livros e de *sites* na Internet, são os setores da sociedade mais instruídos e abonados. Isto

é, aqueles que de algum modo já sabem o que ocorre em sua volta ou têm mais condições – se assim desejarem – de o saber.

A imprensa brasileira tem registrado, na forma dos artefatos acima citados e de outros mais recorrentes, o presente e o passado do Brasil, especialmente os ‘fatos’ das últimas décadas. O jornalista foi colocado no lugar do profissional das chamadas ciências sociais ocupando, talvez, um vácuo na produção das ciências sociais que não possui a mesma velocidade – exigida pelo mundo dromológico que nos cerca, no sentido de velocidade, que Paul Virílio dá a este termo.

As escolhas do que são fatos jornalísticos têm profundo sentido normativo. Os ‘fatos’ noticiados são selecionados a partir do conjunto de crenças e desejos que o jornalista representa. Na verdade, não se trata de um trabalho individual. Como se sabe, o jornal-empresa moderno trabalha com equipes hierarquizadas que re-selecionam e reconstróem o produto do trabalho jornalístico, decidindo o quê e como deve ser noticiado. Este trabalho, que vai da coleta da informação até sua publicização consiste em uma construção social (material e simbólica), onde os emissores terão de levar em conta os receptores, sob pena de produzirem notícias sem qualquer anuência do público. Quando a imprensa analisa a imprensa, o que possivelmente ocorre é que o esquema empresarial supostamente ‘desaparece’, pelo menos em tese, e se dá um maior espaço ao jornalista-escritor, por exemplo, para externar opiniões. Mas, de modo geral, a tendência é que se reproduzam as representações habituais, decerto um pouco mais despojadas, mas mantidas no essencial.

No exercício da sua profissão, o jornalista precisa estar enquadrado em um sistema simbólico que oriente seu olhar. Este sistema balizará suas escolhas e seu modo de construir o problema na forma de escrita, imagem ou fala. Por isso, para o pesquisador externo ao campo profissional do jornalismo, são tão importantes os ‘fatos’ noticiados, tais como os ‘fatos’ omitidos. Diferentes versões ou construções, se comparadas e examinadas com a cautela necessária, podem – por aproximações sucessivas – chegar mais perto do que de fato se passou ou produzir uma nova versão ainda mais fantasmagórica. Não há certezas absolutas, quando se trabalha com fontes de qualquer natureza.

Aos pesquisadores interessa o fato linear, assim como o seu enfoque, isto é, o modo de apresentação da notícia, por vezes mais rico do que sua linearidade. É neste enfoque que os princípios normativos aparecem de modo mais integral. Já estavam presentes desde a seleção inicial, mantidos nas re-seleções. Mas, quando se tem um

artefato pronto e acabado – por exemplo, um livro sobre os papéis desempenhados pela imprensa em determinado momento histórico – tem-se, também, o registro das crenças, sobretudo as que se possam atribuir a existência de uma natureza moral desenhadas pelos sujeitos envolvidos. Portanto, o discurso moral que acompanha a notícia, informa, por vezes, de modo mais preciso do que o fato em si mesmo.

Os jornalistas e a imprensa

As profissões, tal como observou Bourdieu, tendem a criar *habitus* próprios, que nada mais são do que ações e representações específicas de seus ofícios (práticas sociais e ideologias), crenças sobre como elas operam ou devem operar na cotidianidade. Estas crenças precisam ser compartilhadas, referendadas pelo conjunto social que é o sujeito de determinado ofício. Dentro deste *habitus* conviverão as relações de poder, onde o profissional está situado, junto com as características específicas da corporação da qual faz parte. Pensa-se que mesmo se tendo, individualmente ou por defecção de grupo, uma posição crítica do ofício, não há muito como fugir desta realidade. Sobretudo, quando se está em posição subalterna, em estado de liberdade vigiada, isto é, de controle sobre o produto de seu trabalho.

Os jornalistas não fogem disto e tendem, com nuances próprias, a representarem de modo direto, devido à natureza intelectual do seu trabalho, as crenças compartilhadas por seu entorno sócio-profissional. Estas crenças, por sua vez, revelam aspectos do edifício simbólico maior de momentos históricos dados.

De acordo com Mário Sérgio Conti, que produziu um dos mais monumentais trabalhos recentes de investigação sobre a atuação política da imprensa,

“(...) a cobertura política de um órgão de imprensa é produto de sua história. A maneira como ele [**o jornalista**] apura, apresenta e analisa as notícias é o resultado de uma tradição, retrabalhada a cada dia, a cada nova edição.” (p.9)

Diferentemente de Conti, não se acredita que a cobertura política seja feita somente a partir da história e posição política específica do órgão de imprensa onde o jornalista milita. Trata-se de algo bem maior, que envolve o conjunto de tensões sociais, visto da perspectiva de poder do órgão e da sociedade em que está inserido. Estas tensões são superiores aos desígnios próprios de determinado meio de comunicação, que acabam por se ajustar as mesmas.

Se há, como quer Conti, uma tradição retrabalhada cotidianamente, há, conseqüentemente, uma meta-comunicação envolvida. Ao cobrir eventos e ao produzir as notícias, os jornalistas o fazem em um jogo complexo de luzes e sombras, situado no limiar dos poderes e dos contrapoderes interessados.

Para os mais ingênuos, o resultado final dos seus trabalhos é a publicação ou, no que se refere ao telejornalismo, a colocação das imagens e dos textos no ar. Mas, pode-se constatar a continuidade, através da recepção, do uso ulterior das matérias e, nos casos onde houve maior penetração, da transformação das idéias veiculadas em elementos vivos das redes intersubjetivas culturais sócio-simbólicas.

Vê-se na formação destas redes uma das utilidades para a avaliação da imprensa, os críticos da imprensa podem ou não, também avaliarem a recepção. De certo modo, sempre procedem deste modo, porque, normalmente, só será objetivo da crítica aquilo que teve ressonância social. O que passou sem deixar marcas desaparece como notícias e análises sem maior significação, interessando mais aos especialistas do que ao público que é potencialmente consumidor deste tipo de crítica.

Não há isenções ou objetividades absolutas possíveis. Mesmo em escala relativa, a produção jornalística, mesmo quando crítica ao jornalismo, segue regras da complexidade social. O agir comunicativo do jornalista, no sentido habermasiano do termo, pode ser visto como uma representação, ao mesmo tempo, global e específica. Global, no sentido de que a notícia terá como parâmetros normativos (moral) o que for considerado como justo na posição de poder dos envolvidos com o entorno social maior, entendido como as visões hegemônicas acreditadas no país. Específica, porque o profissional da imprensa, o é de determinada imprensa, que também tem posições a defender e que verá o mundo da vida (material e simbólico) a partir do filtro de suas crenças individuais e coletivas. Portanto, dialogará de modo circular, voltando sempre ao mesmo ponto, por mais que a notícia seja 'nova'. Daí, o tédio e o mimetismo de grande parte da imprensa. Os fatos são 'naturalizados' e repetidos com a mesma roupagem formal, apesar de diferenças de conteúdo.

As editoriais, as reuniões de pautas, as linhas editoriais etc não foram inventadas para nada. Cumprem papéis bem definidos na consideração do que é notícia, de como deve ser enfocada e de que juízo de valor deve ser hegemônico. O lado técnico da produção jornalística não deve ser negligenciado e nem absolutizado. O jornal e o telejornal não são produções estritamente técnicas, como alguns querem fazer crer. Na

forma de suas composições materiais e simbólicas, existem elementos reveladores de seus fundamentos ideológico-sócio-culturais.

Uma explicação mais plausível para as variações na cobertura política, que santifica e destrói reputações de um dia para o outro, não pode ser encontrada no estudo específico e isolado da imprensa. Tal tipo de estudo surge fadado ao moralismo. Seus autores tentarão descobrir erros pessoais e profissionais, tenderão sempre a acreditar que, se a postura moral dos envolvidos fosse outra, as coisas seriam diferentes. A moral é, deste modo, retirada da vida e compreendida como eixo externo à prática social.

O estudo do tecido social (material e simbólico), sabendo-se de suas contradições imanentes e de suas relações com as mídias (bases materiais e resultados simbólicos), poderá dar respostas mais objetivas. Por mais midiático que seja o mundo em que vivemos, não se pode perder de vista que as mídias não atuam desligadas dos seus agentes internos e externos de poder e de seu público alvo.

Em outras palavras, o mundo da vida social tem como uma das suas dimensões contemporâneas sua face midiática. Se compreendermos que realidade não é somente a materialidade, poderemos melhor entender as dimensões simbólicas e materiais da vida, trabalhando em interação dialética. Com as mídias ocorre o mesmo, é preciso entendê-las sob os pontos de vista objetivos e subjetivos e, sobretudo, compreendê-las como parte de um todo maior efetivado pela história social do processo comunicacional.

Conclusões

Nas linhas acima, objetivou-se construir um modelo compreensivo – no sentido hermenêutico do termo – da produção dos artefatos que se pretendem como críticos da imprensa. Quis-se demonstrar o seu conteúdo moral e sua possível ou potencial vinculação com as fontes produtoras, do modo que conhecemos por aqui. Isto não quer dizer que não se deva ou não se possa criticar a imprensa. Ao contrário, considerando a enorme importância social das mídias no mundo contemporâneo, qualquer esforço de crítica é *a priori* louvável – veja-se que estamos aqui, também aplicando um critério normativo.

O que não é aceitável é se pensar que nos esforços de avaliação da imprensa não se possa encontrar uma certa “circularidade da cultura”, no sentido exposto por Barbero, numa rota sem saída. Acredita-se – acreditar é sempre também normatizar – que podem ser construídos modelos e teorias que rompam com a circularidade, vendo a imprensa

em um todo maior. Estes estudos devem considerar os emissores e os receptores e tudo mais que envolve a produção jornalística. Ainda são raros, mas revelam-se como possíveis. Obviamente, destinados, no atual momento histórico, a não ser compartilháveis como o mesmo público que consome os artefatos mais fáceis de serem concebidos.

Marialva Barbosa publicou recentemente um livro que faz esta ruptura intitulado *Os Donos do Rio: imprensa, poder e público*. Continua pesquisando o assunto, contribuindo com outros autores para a construção de outros modelos de compreensão da importância histórico-social das mídias na história social do processo comunicacional brasileiro.

Por fim, esclareço que a leitura dos recentes trabalhos de Marialva Barbosa, Mino Carta e de Mário Sérgio Conti (ver referências bibliográficas) inspiraram este trabalho, assim como a visita mais ou menos regular ao *site* do *Observatório da Imprensa* (www.observatoriodaimprensa.com.br/), bem como a leitura cotidiana da grande imprensa brasileira das últimas três décadas.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva. **Os donos do Rio: imprensa, poder e público**. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. 257 pp.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa : Relógio d'água, 1991.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1987. 361 pp.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 3 ed. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil, 2000. 311 pp.

BRETON, Philippe. **L'utopie de la communication: le mythe du village planétaire**. Paris: La Découvert, 1997. 172 pp.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Cultura y comunicación: entre lo global y lo local**. La Plata (Argentina): Universidad Nacional de La Plata, 1997. 133 pp.

CARTA, Mino. **O castelo de âmbar**. 2 ed. Rio de Janeiro : Record, 2000.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. 719 pp.

DELEUZE, Gilles. **A lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 1982

DOSSE, François. **L'empire du sens: l'humanisation des sciences humaines**. Paris: La Découverte, 1995. 432 pp.

ECO, Umberto. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

FLICHY, Patrice. **Une histoire de la communication moderne: espace public et vie privée**. Paris: La Découverte, 1997. 281 pp.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. 397 pp.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. Trad. De Guido de Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989. 236 pp. A edição original em alemão é de 1983.

HABERMAS, Jürgen. **De l'éthique de la discussion**. Paris: CERF, 1992. A edição original em alemão é de 1991. 202 pp.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1988

PUTNAM, Hilary. **Représentation et réalité**. Paris: Gallimard, 1988. 226 pp.

RICOEUR, Paul. **Teoria da interpretação**. Lisboa: Edições 70, 1987.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.