

## A IDENTIDADE DISCURSIVA NO JORNALISMO POPULARESCO: ANÁLISE DO *ETHOS* NOS TELEVISIVOS DOCUMENTO ESPECIAL, AQUI AGORA E BALANÇO GERAL

Carlos Alberto Garcia Biernath<sup>1</sup>

### **Resumo:**

Em virtude das buscas por ávidas informações, novos modelos de ‘fazer jornalismo’ aparecem nos veículos televisivos e alternam o discurso identitário jornalístico. Se toda fala é determinada pelo lugar social de seu pronunciamento, a produção discursiva individual demarcará um ‘nós coletivo’. Por isso, esta pesquisa pretende revisitar alguns modelos de jornalísticos significativos das décadas de 80, 90 e 2000 do século XX/XXI: Documento Especial (década de 80); Aqui Agora (década de 90); e Balanço Geral (surgido na primeira década dos anos 2000 e ainda no ar), à luz da análise de discurso de tradição francesa, que norteará este trabalho como campo teórico-metodológico, e nos possibilitará trabalhar com o *ethos* presente em cada uma das atrações.

**Palavras-chave:** Análise do Discurso. Aqui Agora. Balanço Geral. Documento Especial. *Ethos*.

### **A estruturação discursiva da notícia**

Na história das teorias da comunicação, muitos teóricos já tentaram estipular por que as notícias são como são. Nos estudos da comunicação, as diversas teorias apresentadas podem ser classificadas em dois períodos, de acordo com Wolf (2012). A fase inicial contemplava as primeiras teorias e nela as pesquisas indicavam uma maior preocupação nos efeitos a curto-médio prazo. Já na segunda fase, as teorias “modernas” enfatizam uma preocupação a longo prazo no estudo dos efeitos de comunicação. A primeira destas linhas é representada, por exemplo, pela teoria da *agenda-setting* ou teoria do agendamento. Nela,

---

<sup>1</sup>Graduado em Jornalismo pela Universidade Sagrado Coração – USC e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP; bolsista CAPES. E-mail: beto.biernath@gmail.com.

há a ideia de que a mídia é a instância responsável por impor os assuntos que irão ao conhecimento das pessoas, algumas vezes destacando um determinado fato, mas, em contrapartida, omitindo muitos outros.

A teoria do *newsmaking* é a segunda teoria que faz parte dessa fase hodierna dos estudos da comunicação. Essencialmente, duas perguntas definem bem o âmbito da teoria: “Qual imagem do mundo passam os noticiários radiotelevisivos? Como essa imagem se correlaciona com as exigências cotidianas da produção de notícias nas organizações radiotelevisivas?” (GOLDING-ELLIOTT, 1979, p. 1 apud WOLF, 2012, p. 193). Assim, na “produção de notícia” (tradução do termo que dá nome a teoria), torna-se importante entender o contexto que envolve a produção da informação.

Uma terceira linha, que emerge a partir da década de 1960, pode ser destacada nos estudos de comunicação e que, diferentemente das anteriores, leva em consideração a estruturação discursiva da notícia e dos processos noticiosos. Tal abordagem direciona o estudo para o campo específico de como um evento se transforma em um acontecimento, após uma série de mecanismos de semantização específicos da prática jornalística. Podemos pensar o processo discursivo como uma sequência de três pontos cruciais, de acordo com Charaudeau (2012): a *mecânica de construção* dos sentidos; a *natureza do saber* que é transmitido; e o *efeito de verdade*, que poderá assim ser interpretado pelo receptor. O presente trabalho se insere nessa linha de estudos da comunicação: mais especificamente, remeteremos ao uso dos estudos do discurso para aprofundarmos no *ethos* discursivo, a fim de entendermos como se constrói a informação jornalística nos programas estudados, a partir da construção de um discurso que constrói um enunciador jornalístico bastante específico e historicamente marcado.

### **A mecânica das construções de sentido da notícia**

Para Rodrigues (1990), a notícia deve ser entendida como um meta-acontecimento discursivo ou, em outras palavras, como “uma espécie de acontecimento segundo,

provocado pela própria existência do discurso jornalístico”. Sendo o acontecimento aquilo que “irrompe acidentalmente à superfície dos corpos como reflexo inesperado, como efeito sem causa, como puro atributo”, o sufixo “meta” da expressão – que significa “para além de” (BERNARDO, 2010, p. 10) – escancara o fato de que o acontecimento jornalístico sempre será uma espécie de redescritção, de forma que, ao divulgar o fato, sempre se acaba criando um outro na própria tessitura da narrativa.

E é por isso que a *mecânica de construção do sentido* da notícia é composta por um duplo processo, segundo Charaudeau (2012): *transformação* e *transação*. No primeiro, o autor coloca que há o movimento de “transformar o ‘mundo a significar’ em ‘mundo significado’, estruturando-o segundo um certo número de categorias que são, elas próprias, expressas for formas”. Aqui, informar deve, em síntese “*descrever* (identificar-qualificar fatos), *contar* (reportar acontecimentos), *explicar* (fornecer as causas desses fatos e acontecimentos)” (CHARAUDEAU, 2012, p. 41).

No processo de transação, o sujeito produtor do ato linguístico dará uma significação psicossocial a seu discurso, conferindo a este um determinado objetivo.

Portanto:

as hipóteses sobre a *identidade* do outro, o destinatário-receptor, quanto a seu saber, sua posição social, seu estado psicológico, suas aptidões, seus interesses etc.; o *efeito* que pretende produzir nesse outro; o tipo de *relação* que pretende instaurar com esse outro e o tipo de *regulação* que prevê em função dos parâmetros precedentes (CHARAUDEAU, 2012, p. 41).

Ainda neste processo de transação, podemos inferir que os sujeitos interagirão conforme suas contribuições: haverá uma espécie de circulação de um objeto de saber que um pode possuir e o outro não, pois um deles será o responsável por transmitir, enquanto o outro ficará com a função de receber, compreender e interpretar, sofrendo, assim, uma alteração em seu estado inicial de conhecimento.

## **A língua como objeto de significação**

Como componente primordial da AD, a linguística deve ser pensada como um verdadeiro acontecimento, que deixa marcas lançadas aos quatro cantos por quem a utilizou. Ela não é somente um instrumento de comunicação, pois traz consigo toda uma interação e modo de produção social. Por isso, enquanto discurso, a linguagem não deve ser considerada natural ou inocente. Brandão (2002), citando Braga (1980), coloca que: “Ela é o ‘sistema-suporte das representações ideológicas (...)’ é o ‘medium’ social em que se articulam e defrontam agentes coletivos e se consubstanciam relações individuais”.

Assim, é na língua que ficam demarcado os sentidos da mensagem, portanto, é nela que o analista concentrará seus esforços para depreender os efeitos de sentido que são construídos:

Os processos discursivos constituem a fonte da produção dos efeitos de sentido no discurso e a língua é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido. (...) se o processo discursivo é produção de sentido, discurso passa a ser o espaço em que emergem as significações (BRANDÃO, 2002, p. 35).

Para trabalharmos o discurso dos programas selecionados, imbricaremos o *ethos* no discurso jornalístico empregado pelas atrações.

## **O *ethos* discursivo: a imagem do outrem sobre o orador**

Se é na língua que o discurso deixa impressas as marcas do sentido, é na noção de *ethos* que o sujeito (orador) buscará deixar uma imagem positiva que venha a causar convencimento da plateia.

Quando toma a palavra, o orador está deixando sua marca no discurso, através do *ethos*. Em sua proposição, Amossy (2008, p. 9) define como o *ethos* é caracterizado no discurso: “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem

mesmo que fale explicitamente de si”. Em outras palavras, é durante seu discurso que o locutor passará a imagem de si para o público; caso tenha se saído bem, ele construirá um *ethos* positivo junto à crítica.

Nesse processo de construção de própria imagem positiva, o orador pode fazer uso de três qualidades:

Quanto aos oradores, eles inspiram confiança por três razões: as que efetivamente, à parte as demonstrações, determinam nossa crença: a prudência (*phronesis*), a virtude (*aretè*) e a benevolência (*eunoia*). Se, de fato, os oradores alteram a verdade sobre o que dizem enquanto falam ou aconselham, é por causa de todas essas coisas de uma só vez ou de uma dentre elas: ou bem, por falta de prudência, eles não são razoáveis; ou, sendo razoáveis, eles calam suas opiniões por desonestidade; ou, prudentes e honestos, não são benevolentes; é por isso que podem, mesmo conhecendo o melhor caminho a seguir, não o aconselhar (1378a: 6-14 apud MAINGUENEAU, 2008, p. 13).

Portanto, deve interessar ao orador mais o ‘parecer’ ser honesto, do que o ser de fato. É preciso, então, atentar-se ao que sua fala transpassará, pois “A eficácia do *ethos* reside no fato de ele se imiscuir em qualquer enunciação sem ser explicitamente enunciado” (MAINGUENEAU, 2008, p. 13). Todavia, o *ethos* discursivo também pode carregar problemas em si.

### **Problemas inerentes ao *ethos***

Ao passo em que esta noção implica a imagem de si, o orador também pode sofrer com dificuldades neste processo. Afinal, a construção da imagem do enunciador pode já ter sido feita antes mesmo que ele fale – como no caso de um político que tenha sido apontado como culpado por algum ato corrupto, por exemplo. Nessa linha, Maingueneau (2008)

assevera que “parece necessário, então, estabelecer uma distinção entre *ethos discursivo* e *ethos pré-discursivo*<sup>2</sup>.”

Para além, o autor francês traça observações relativas à avaliação social de comportamento entre o orador e seu público:

(A problemática do *ethos*) é uma noção fundamentalmente *híbrida* (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica (MAINGUENEAU, 2008, p. 17).

Logo, a imagem identitária apresentada pelo *Documento Especial, Aqui Agora* e *Balanço Geral* mantém relações tênues com o *ethos* discursivo (re)tratado ao longo dos anos em que o(s) programa(s) estiveram/está no ar.

Ao longo da pesquisa, analisaremos justamente a forma como o *ethos* discursivo participa da construção do acontecimento jornalístico. Para isso, é preciso traçar um breve resgate do veículo midiático transmissor dos objetos estudados, bem como um histórico de cada um deles.

## **Breve história da televisão no Brasil**

A importância em se estudar a televisão se justifica porque, de acordo com Marcondes Filho (1994), citando Marshall McLuhan, é uma experiência que envolverá todos os seus sentidos:

[...] diante de outros meios de comunicação, ela absorve todos os sentidos: a visão e a audição, que eram trabalhadas separadamente no rádio, no jornal, na literatura, são aqui envolvidas de uma forma plena mais do que no teatro e mais do que no cinema [...], ela extrapola esses outros meios frios, abrangendo muito mais do que a visão e a audição. Ao apropriar-se de todos os outros tipos de programação, ela tenta ser simplesmente ‘o mundo todo’ (MARCONDES FILHO, 1994, p. 25).

---

<sup>2</sup> Pensando nessa definição de Maingueneau, podemos relacionar o *Balanço Geral* a essa dificuldade, uma vez que é um programa traz um formato popularesco já adotado por outras atrações.

Com todas essas características peculiares, a televisão atingiu grande ascensão desde o seu surgimento, superando o cinema – até então monopolizador do público noturno – e o rádio – que detinha o maior poder de penetração no dia-a-dia dos lares –, convertendo-se no maior veículo de comunicação de massas. Para apresentar um breve histórico do que foi a televisão no Brasil, assumimos a relação discriminatória de fases composta por Sérgio Mattos (2010), que permeia o desenvolvimento do veículo televisivo brasileiro em sete fases, a saber:

- 1) Fase elitista (1950-1964): Este período foi assim denominado por conta do custo da televisão, pois o aparelho era caro e só a elite da sociedade tinha acesso a ele;
- 2) Fase populista (1964 – 1975): Neste período, a televisão já era tida como exemplo de modernidade e os programas de auditório e de “baixo nível” dominavam as produções para o veículo;
- 3) Fase do desenvolvimento tecnológico (1975 – 1985): Aqui, as redes de televisão já haviam superado a absorção da linguagem do cinema e do rádio na produção das atrações, pois já havia mais seriedade, profissionalismo e uma identidade própria na linguagem televisiva – o que gerou, inclusive, exportação dos programas;
- 4) Fase da transição e da expansão internacional (1985 – 1990): Período marcado pela Nova República, o que influenciou ainda mais as exportações de programas – neste período surge o *Documento Especial*, em 1989;
- 5) Fase da globalização e da TV paga (1990 – 2000): Com o país buscando a modernidade para se desenvolver, o cenário televisivo acompanha essa busca e se adapta à redemocratização nacional – entre estes anos, surge o *Aqui Agora*, em 1991;
- 6) Fase da convergência e da qualidade digital (2000 – 2010): Já com os primeiros indícios de interatividade da televisão com os demais meios de comunicação, principalmente a internet, é neste período que o Brasil adota o sistema de televisão digital;

7) Fase da portabilidade, mobilidade e interatividade digital (2010 – ): Por conta do espaço ocupado por outras mídias, o mercado da comunicação e o modelo de negócios passam a se reestruturar definitivamente.

As três atrações televisivas estudadas por esta pesquisa fazem parte do gênero telejornalístico, que permeou várias destas fases, com características distintas – que procuraremos detalhar ao longo do trabalho.

### **Os objetos de investigação: o *Documento Especial***

Apresentado pela primeira vez na hoje extinta “TV Manchete”, o programa jornalístico “Documento Especial – Televisão Verdade” surgia com um enfoque semelhante aos demais programas desse mesmo gênero, como o “Globo Repórter”, por exemplo, mas com algumas características que foram peculiares à sua linha editorial durante o tempo em que esteve no ar: investigava a fundo temas popularescos, com requintes de realidade aliada ao sensacionalismo exacerbado. Em algumas edições, tidas como ‘mais fortes’, era exibida e mensagem: “O programa a seguir contém cenas que podem ser desaconselháveis a crianças ou pessoas muito sensíveis”. Em 1992 passou a ser transmitido pelo SBT, onde permaneceu até 1995. Por fim, em 1997 foi exibido pela TV Bandeirantes, mas sem as mesmas características de outrora, decretando assim o seu final em 1998. Os outros programas escolhidos também possuem características interessantes nesse sentido.

### **O *Aqui Agora***

Exibido inicialmente no ano de 1991, o *Aqui Agora* trazia o impactante slogan: “um jornal vibrante, uma arma do povo, que mostra na TV a vida como ela é”. Embora mantivesse uma abordagem sensivelmente diferente das temáticas quando comparado ao

*Documento Especial*, o *Aqui Agora* também exibiu cenas fortes e impactantes, como tiroteios, cadáveres e até mesmo um suicídio de uma adolescente de 16 anos – noticiado como ao vivo, mas depois posteriormente revelado ser gravado. Mantém-se no ar até 1997, quando é extinto da grade de programação; porém, retorna em 2008, buscando modernizar o formato de sucesso da primeira versão, mas sem êxito, deixando de ser exibido, definitivamente, dois meses após seu regresso.

## ***O Balanço Geral***

Já o programa *Balanço Geral* estreou na Rede Record no dia 3 de dezembro de 2007, assumindo o formato de jornalismo popularesco para combater o telejornal da Rede Globo *SP-TV – 1ª edição*. Anteriormente, já contava com edições nos estados de Minas Gerais e Paraná desde 2005. A edição transmitida via satélite, pela Record Nacional, corresponde à edição paulistana. Dentre seus apresentadores, destacam-se Geraldo Luís (que já deixou a atração) e o atual apresentador Reinaldo Gottino. Em abril de 2014, o programa explorou supostas evidências que apontavam para o fato de o cantor Michael Jackson estar vivo. Foram entrevistas com um suposto fã que dizia ter provas, exibição de vídeos que “mostravam” Michael Jackson saindo da ambulância que lhe levou ao hospital, dentre outras “evidências. Destarte, o programa mantém um formato “popularesco”, apresentando notícias relacionadas a crimes das mais variadas espécies, lembrando, em termos discursivos, a fórmula adotada pelo *Documento Especial* e pelo *Aqui Agora*.

Com este apanhado teórico, traçaremos agora breves análises acerca dos objetos estudados por este trabalho, visando trazer à tona a caracterização *ethópica* de cada uma das peças jornalísticas supracitadas.

***Aqui Agora: o sequestro que resultou em morte e a ‘explicação’ do bandido***

**10<sup>o</sup> Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**  
**<http://www.casperlibero.edu.br> | [interprogramas@casperlibero.edu.br](mailto:interprogramas@casperlibero.edu.br)**

Uma das edições do programa, veiculada em setembro de 1991, exibia um sequestro a um ônibus em Cambira-PR, mostrando um dos reféns levando um tiro fatal e, posteriormente, seu cadáver. As cenas mencionadas, sobretudo a que mostra o refém sendo alvejado mortalmente, confere o que Charaudeau (2012) chama de “efeito de verdade”. Para o autor, este ‘efeito’ está ligado à subjetividade e a convicção do sujeito sobre o fato – o sujeito-jornalista, aqui, é representado por César Tralli, que foi o repórter responsável por noticiar o fato. Mantendo seu discurso dessa forma, Tralli legitimava-se junto aos demais membros da “tribo jornalística”, pois, ainda na esteira de Charaudeau (2012), a ‘verdade’ ali (re)tratada, tida como “verdade de origem” (do fato), “coloca a questão dos fundamentos do mundo, do homem e do sistema de valores”. Deste modo, o *ethos* do então jovem repórter encontra correlação com aqueles que exercem a mesma profissão.

### ***Documento Especial: os meandros da noite que poucos conhecem***

Na edição “Noites cariocas”, exibida em 1992, o programa apresentava acontecimentos que pareciam não fazer parte da rotina – ou mesmo do conhecimento – da maioria da população. Já na abertura do programa, o apresentador Roberto Maya introduz a edição com os seguintes dizeres: *“Quando o sol desaparece no horizonte, a mágica do tempo encerra mais uma etapa. O fim do dia traz as sombras e os fantasmas da noite. Enquanto milhões de pessoas no Brasil inteiro estão dormindo, no Rio de Janeiro esse curto período é capaz de produzir muito mais do que sonhos e ilusões. A cidade, que é maravilhosa durante o dia, enfrenta noites de terror, e o que não falta são crimes e conflitos.* Logo, a edição já denotava que seriam apresentados decorrerem que não faziam parte da rotina de muitos, o que já quebra a ideia principal da teoria do agendamento, apontada por Wolf (2012) como a linha de pensamento que indica ser a mídia como responsável por levar ao público acontecimentos que a ela interessava, objurgando outros.

Ao longo da edição, o programa exhibe imagens impactantes, como em um trecho em que exhibe cenas de cadáveres alvejados por tiros em uma chacina. Sob a trilha de uma

canção de Jazz, Roberto Maya diz: “*Uma mancha de sangue no chão, o para-brisa quebrado e os corpos estendidos no bar*”. Ocorrida na favela da Parada de Lucas, a chacina levou a óbito 5 pessoas que estavam em um bar. Após a exibição desta cena, o apresentador relata que os envolvidos não foram punidos e completa: “*É mais uma cena carioca: crime sem castigo, morte sem perdão*”. Portanto, ao conferir este tom de ‘dramaticidade’ em sua fala, o apresentador confere efeitos de sentido em seu discurso, conforme aponta Brandão (2002) ao citar que “discurso passa a ser o espaço em que emergem as significações”.

Deste modo, é com esse discurso de ‘criação de sentidos’, baseados em cenas chocantes e dramaticidade, que o *ethos* do apresentador demarcará sua posição de sujeito-jornalista que (re)trata o que não fazia parte do conhecimento da sociedade.

### **Balanco Geral: o ‘resgate’ do trágico aliado e a inferência do sujeito-jornalista**

A edição selecionada para o estudo neste trabalho é datada de 5 de março de 2014. Ainda apresentado por Luiz Bacci – hoje apresentador na TV Bandeirantes –, o programa exhibe matérias que contém violência como mote. Em meio a esse *ethos* trazido pelo programa, o apresentador discute algumas das reportagens com o comentarista Renato Lombardi.

Em uma das matérias, que versa sobre uma auxiliar de limpeza que salvara um bebê abandonado, Luiz Bacci fala para Renato Lombardi: “*O delegado foi ‘ponta firme’. O delegado fez o papel de pai. E assim que a gente espera, que delegados e juizes do Brasil se coloquem no lugar do pai que perdeu um filho num assassinato, no lugar de um marido que teve a mulher abandonando o filho na lixeira*”. No trecho mencionado, o apresentador conota em seu discurso o que Charaudeau (2012) chama de “verdade de opinião” e a alia à “verdade de emoção”. Ao passo em que sua opinião – marcada por termos como “ponta firme” ou “é isso que a gente espera, que delegados e juizes do Brasil se coloquem no lugar do pai que perdeu um filho” – ganha contorno de ‘verdade’ graças a um discurso que pode ser compartilhado pela maioria, Bacci também utiliza da emoção para imbricar mais

legitimidade ainda em sua fala, quando enseja por ‘justiça’ e exibe feições de aversão com as notícias de violência.

Portanto, seu *ethos* lhe confere uma representação de sujeito-jornalista que busca a justiça e preocupa-se com o povo, mostrando-se indignado com a violência (re)tratada em seu programa.

### **À guisa de considerações finais**

Se a atividade jornalística deveria, pura e simplesmente, ancorar-se em noticiar uma determinada ruptura de um fato, o fazer jornalismo hodierno mostra que não é bem assim. Uma análise mais aprofundada de peças jornalísticas, mais especificamente sobre o *ethos* destas, mostra que os programas contam com sujeitos-jornalistas que demarcam seus posicionamentos em seu próprio discurso, uma vez que não há discurso que não denote a posição social do sujeito. Efeitos de realidade e diferentes tipos de verdades são utilizados ao sabor da subjetividade de cada produtor de um determinado produto jornalístico.

Ao utilizar estes elementos do discurso para realçar suas intenções, os sujeitos-jornalistas demarcam seu *ethos* conforme a imagem que constroem para si. Assim, como observado neste trabalho, desde o repórter César Tralli, que legitimou-se junto aos demais ao referendar um discurso pré-existente, o apresentador Roberto Maya, que utilizou de elementos inerentes ao trágico, até Luiz Bacci, que posicionou-se explicitamente sobre seu incômodo com a violência, o *ethos* garantiu uma identidade discursiva bem peculiar a cada um destes, mas, e não menos ‘verdade’, mostrou uma semelhança *ethópica* de um sujeito-jornalista que explora os percalços e dissabores da vida cotidiana para conferir (ainda) mais representação não somente em sua classe profissional, mas, e sobretudo, na audiência.

### **Referências**

# 10<sup>o</sup> interprogramas de **mestrado** FACULDADE CÁSPER LÍBERO

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. in: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

CASADEI, Eliza Bachega (2009) “Jornalismo e figuras de retórica: O uso da história como mobilização persuasiva”. **Revista Rhêtorikê**, 2, 17-38.

CASADEI, Eliza Bachega; AVANAZA, Márcia Furtado (2013) “Esferas de sociabilidade na formação dos valores profissionais dos estudantes brasileiros: entre a educação universitária e o mercado de trabalho”. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, 13, 202-219.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.) **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008, pp. 11-29.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

RODRIGUES, Adriano. “O Acontecimento”. **Revista de Comunicação e Linguagens**, número 8, Lisboa, 1988.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.