

FRAGMENTAÇÃO OU SEGMENTAÇÃO SOCIAL? DURKHEIM, DEBORD E O JORNALISMO SEGMENTADO

*Mara Ferreira ROVIDA**

RESUMO: Os processos de fragmentação social estão cada vez mais em foco nas discussões sociológicas contemporâneas, sendo também uma preocupação dos estudiosos da comunicação. A partir de uma visão sociológica dos processos de divisões sociais e suas consequências, que em alguns casos têm a ver com a fragmentação, pretendemos, neste artigo, observar de que maneira as divisões sociais estão refletidas no surgimento de formas diferenciadas de comunicação. Nosso objetivo é demonstrar a correlação da existência do Jornalismo Segmentado com a intensificação do processo de divisão do trabalho social e verificar se esse formato de jornalismo evidencia ou não um processo de fragmentação. Para essa análise faremos um confronto de ideias de duas correntes teóricas diferentes, a Sociedade do Espetáculo e as idéias de Niklas Luhmann e Émile Durkheim.

PALAVRAS-CHAVE: Segmentação. Fragmentação. Jornalismo. Divisão do trabalho social. Durkheim.

Introdução

A estratificação social, as divisões de classes, a formação de grupos sociais são formas de se referir àquilo que poderíamos considerar com uma das grandes questões da sociologia. A formação dos grupos sociais e a relação destes com a sociedade parecem ter intrigado os cientistas sociais desde os primórdios dos estudos da sociedade e esta preocupação ainda está bastante presente no debate contemporâneo.

* Doutoranda em Ciências da Comunicação. USP - Universidade de São Paulo. Escola de Comunicação e Artes - Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo - SP – Brasil. 01310-940 – mararovida@gmail.com. Membro do grupo Comunicação e Sociedade do Espetáculo da Faculdade Cásper Libero.

Não apenas no âmbito da sociologia propriamente dita, mas também das suas ramificações, como é o caso da comunicação, considerada uma ciência social aplicada, os processos de divisão social dão base para vários estudos. É exatamente deste ponto que pretendemos partir para discutir sobre os reflexos do processo de divisão social do trabalho na comunicação jornalística.

Uma das formas mais comuns de dividir a sociedade em grupos é a divisão por atividades profissionais ou divisão do trabalho social. Esse processo foi alvo de duras críticas por toda uma corrente teórica sociológica, o marxismo, que abordava esse processo como responsável pela criação de classes sociais. Por outro lado, esse mesmo processo de divisão do trabalho é visto pelo sociólogo francês Émile Durkheim como algo inerente ao avanço da sociedade moderna e, portanto, algo normal e esperado.

Essas duas diferentes visões sobre o mesmo processo social serão, neste artigo, a base da contraposição de dois pontos de vista aparentemente opostos sobre o reflexo dessa divisão social no surgimento de um tipo específico de comunicação jornalística, o Jornalismo Segmentado. Por um lado, o Jornalismo Segmentado pode ser observado como mais um resultado da fragmentação social contemporânea e, por outro, pode ser tido como consequência saudável da existência de grupos sociais formados a partir de uma perspectiva das atividades profissionais dos indivíduos.

Fragmentação ou segmentação

Para Émile Durkheim, a divisão do trabalho social é um fenômeno presente na nossa sociedade e desempenha uma determinada função. A definição dessa função, ou seja, do efeito que se atribui a esse fenômeno social é o ponto de discordância entre o pensamento durkheimiano e alguns dos principais pensadores da Sociedade do Espetáculo como Guy Debord, Jean Baudrillard e Christopher Lasch. Para estes últimos, a divisão do trabalho social é algo que cria ou ajuda na criação de um processo de fragmentação da sociedade.

Tanto Debord como Lasch e Baudrillard veem a comunicação como uma fomentadora dessa fragmentação da sociedade contemporânea. É pertinente ressaltar que Durkheim está inserido num outro contexto, em que a comunicação não desfruta de uma inserção social como vemos nesse momento em nossa sociedade. Para adaptar essas diferenças resultantes do tempo que separa os autores aqui trabalhados, adaptaremos alguns conceitos de Durkheim com base nas ideias de Niklas Luhmann. Essa adaptação versa sobre o papel atribuído por Durkheim ao Estado, e que parece equivaler, neste momento, ao papel que Luhmann atribui à comunicação. Explicaremos melhor essa questão a seguir.

Se a divisão do trabalho social causa, inevitavelmente, uma separação, um distanciamento entre os indivíduos e os grupos sociais, ela ajuda a fragmentar a sociedade. Mas, se essa fragmentação não é um efeito desejado e só ocorre porque há uma falha em outra parte da sociedade, podemos considerar a fragmentação um estado de anomia ou um resultado anômico da divisão do trabalho social.

Não esperamos responder à questão exposta no parágrafo anterior, pois essa é uma temática complexa e que demanda pesquisas muito maiores do que este artigo nos permitiria. Por outro lado, sabemos que é possível elucidar alguns aspectos dessa discussão, expondo diferentes visões sobre o tema e, principalmente, contextualizando as ideias clássicas que versam sobre o assunto.

A divisão do trabalho social e a solidariedade orgânica

Émile Durkheim acredita que a divisão do trabalho social influencia mais do que apenas no âmbito das relações de ordem econômica. Segundo ele, “[...] de fato, os serviços econômicos que ela pode prestar são pouca coisa em comparação com o efeito moral que ela produz, e sua verdadeira função é criar entre duas ou várias pessoas um sentimento de solidariedade” (2004a, p.21).

A solidariedade social pode ser de dois tipos. O primeiro seria a solidariedade mecânica ou por similitudes que se estabelece por meio das relações entre os indivíduos e está diretamente ligada aos papéis que as pessoas desempenham em seus núcleos sociais como a família, por exemplo. Segundo Durkheim, nas sociedades em que esse tipo de solidariedade está mais difundido, o indivíduo é muito mais um produto social do que em outras sociedades, isso porque “[...] o indivíduo não se pertence [...]; ele é literalmente uma coisa de que a sociedade dispõe” (DURKHEIM, 2004a, p.107-108). O autor se baseia no fato de que o indivíduo como ser psíquico tem sua consciência individual criada a partir daquilo que já está determinado pelo coletivo. Dessa forma, esse indivíduo estará limitado à repetição de padrões e não será visto de maneira diferenciada.

O segundo tipo de solidariedade é a orgânica, resultante da divisão do trabalho social. Na visão de Durkheim, esse segundo tipo de solidariedade surge com base na diferenciação dos indivíduos. Se na solidariedade mecânica os indivíduos se assemelham, na solidariedade orgânica eles se diferenciam por conta da atividade profissional que desempenham. Durkheim afirma que quanto mais complexa a divisão do trabalho social, maior será a ocorrência de solidariedade orgânica e isso representa desenvolvimento social.

A intensificação da divisão do trabalho social é vista por Durkheim como um indício de desenvolvimento, tanto dos tipos individuais¹, que passam a se especializar em determinadas atividades, como dos tipos sociais², que comportam um nível elevado de especialidades em seu seio. Para o autor isso fica claro se fizermos um levantamento histórico, pois seria possível verificar que quanto mais recuamos no tempo, maior é a homogeneidade, e quanto mais nos aproximamos da contemporaneidade, maior é a heterogeneidade.

Durkheim acredita que a divisão do trabalho social vai além das questões econômicas por gerar solidariedade entre os indivíduos que fazem parte de um determinado grupo profissional. Ele argumenta que

É a divisão do trabalho social que, cada vez mais, cumpre o papel outrora exercido pela consciência comum; é principalmente ela que mantém juntos os agregados sociais dos tipos superiores. Eis uma função da divisão do trabalho muito mais importante do que lhe é de ordinário reconhecida pelos economistas (DURKHEIM, 2004a, p.156).

Do Estado à mídia

Durkheim argumenta que nas sociedades cuja solidariedade preponderante é a mecânica, o sistema social é formado por partes semelhantes. Já nas sociedades cuja solidariedade orgânica é a mais recorrente, a estrutura social está baseada em órgãos diferentes entre si.

Eles [os órgãos] não são nem justapostos linearmente, como os anéis de um anelídeo, nem encaixados uns nos outros, mas coordenados e subordinados uns aos outros em torno de um órgão central, que exerce sobre o resto do organismo uma ação moderadora (DURKHEIM, 2004a, p.165).

Esse órgão central tem um papel de regulação e é responsável pela coesão social, ou seja, pela união das partes que formam a sociedade. Na visão de Durkheim, esse papel é exercido pelo Estado que regula as sociedades de sua época, século XIX, e seu estabelecimento como tal representa um alto grau de desenvolvimento social. Mas, na sociedade contemporânea, o Estado perde espaço para outro órgão, que se coloca mais ou menos com a mesma finalidade. Trata-se da comunicação.

¹ O termo se refere aos indivíduos como seres sociais.

² Durkheim se refere às diversas sociedades como tipos sociais.

Ciro Marcondes Filho, no prefácio da versão brasileira de *A Realidade dos Meios de Comunicação*, apresenta Niklas Luhmann de uma maneira bastante direta. Segundo Marcondes Filho (2005, p.7), “[...] convém dizer que Niklas Luhmann é o sociólogo que elegeu a comunicação como o operador central de todos os sistemas sociais”. Para Luhmann, a sociedade é formada por sistemas autopoiéticos, sendo o todo social um grande sistema. Para o autor, essa sociedade dividida em sistemas fechados se mantém coesa, ou, em algum grau, unida por meio de um sistema que tem a capacidade de “penetrar” os demais; trata-se da comunicação. “Aquilo que sabemos sobre nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo no qual vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação” (LUHMANN, 2005, p.15).

O grande diferencial do sistema comunicação, na visão de Luhmann, é o fato de esse ser o único sistema social capaz de diferenciar autorreferência de heterorreferência. Qual a relevância disso? O fato de que a comunicação pode reconstruir a realidade por meio da observação, seguida da reprodução do que foi observado e isso se dá justamente porque esse sistema tem condições de comunicar algo que está além de sua própria natureza. Nesse ponto, Luhmann mostra que a comunicação é capaz de propor temas para os demais sistemas e só ela consegue inserir dados ou informações sobre o sistema X no sistema Y³.

Essa capacidade de “penetração” da comunicação entre os sistemas e intrassistemas faz dela a responsável pela coesão social. Nesse sentido, propomos adaptar a visão durkheimiana, tomando a ideia de Luhmann como base, à realidade da sociedade contemporânea. Nosso objetivo é colocar a comunicação no lugar que era ocupado pelo Estado no século XIX, quando Durkheim desenvolveu sua teoria. Sabemos das diferenças entre os autores, mas vemos nesse movimento interpretativo a possibilidade de contextualizar e, em algum grau, atualizar a teoria durkheimiana.

Antes de continuar a discussão aqui apresentada, façamos um parêntese em relação às diferenças que separam Luhmann e Durkheim. O primeiro é contemporâneo e desenvolveu sua pesquisa num momento em que a comunicação já estava estabelecida como um fenômeno de grandes proporções. O curioso é que Durkheim, ao falar das possíveis causas da intensificação da divisão do trabalho social, cita as mudanças que verificamos nas sociedades cuja divisão é mais complexa. Entre essas mudanças está a concentração das pessoas em determinadas áreas, geralmente urbanas, e, conseqüentemente, a intensificação do desenvolvimento das cidades. Mas, o que realmente chama a atenção é a terceira mudança enumerada por ele: “Há, enfim, a quantidade e a rapidez das vias de comunicação e de transmissão. Suprimindo ou diminuindo os vazios que separam

³ Nesse aspecto, a noção que Luhmann faz da comunicação se assemelha, em alguma medida, à interferência do jornalismo nos demais campos sociais, observada por Pierre Bourdieu no texto *Sobre a Televisão*.

os segmentos sociais” (DURKHEIM, 2004a, p.255). Para Durkheim, a divisão do trabalho social é proporcional à densidade social e isso em alguma medida demanda o desenvolvimento da comunicação para integrar e, portanto, manter a coesão social.

Talvez haja mais similitudes entre Durkheim e Luhmann no que diz respeito ao papel da comunicação do que poderia ser imaginado. Mas, como é impossível saber se Durkheim trocaria o Estado como órgão regulador e responsável pela coesão do todo social pela comunicação ou, pelo menos, dividiria essa função entre ambos os órgãos, nós nos permitimos fazer esse movimento, sabendo que se trata de um movimento interpretativo.

Fragmentação: um estado anômico?

A divisão do trabalho social não gera apenas solidariedade. Em alguns casos, segundo Durkheim, ela pode fomentar a fragmentação ou a separação das partes que formam a sociedade. Quando isso ocorre, está estabelecido um estado patológico, anormal, anômico.

A teoria durkheimiana defende que esse processo de divisão é imprescindível para o desenvolvimento social. Mas, para que um estado de anomia não se estabeleça como resultado inevitável da intensificação das divisões de tarefas e especializações de atividades, é preciso que o órgão responsável pela regulação e coesão da sociedade seja eficiente. Dessa forma, fica claro que na visão de Durkheim a fragmentação é propiciada pela divisão do trabalho, mas é causada por falhas na regulamentação da sociedade. A função de regular e manter coesa a sociedade cabe, segundo a teoria durkheimiana, ao Estado, bem como cabe à filosofia unir o conhecimento científico produzido pelas várias ciências.

Encontramos ainda em Durkheim a preocupação em não “engessar” as funções desempenhadas pelos órgãos sociais. Ele afirma que é preciso manter a flexibilidade para possibilitar as adaptações às mudanças da dinâmica interna da sociedade. Durkheim chama atenção para o fato de que uma especialização só cabe se houver necessidade para tanto, ou seja, a divisão das tarefas está diretamente ligada ao surgimento de demandas, como apontamos anteriormente quando nos referimos à conexão entre a densidade social e a complexidade da divisão do trabalho social. Essa noção de flexibilidade pode, inclusive, ser usada para justificarmos a adaptação feita anteriormente com base em Luhmann. Podemos pensar que no momento atual de nossa sociedade, o Estado divide a função de manter a coesão social com a comunicação.

Por outro lado, o autor prevê a insuficiência da regulamentação social como forma de manter a coesão da sociedade.

[...] se a divisão do trabalho não produz solidariedade, é porque as relações entre os órgãos não são regulamentadas, é porque elas estão num estado de anomia. [...] No entanto, não basta haver regras, pois algumas vezes essas regras são a causa do mal. É o que acontece na guerra de classes. (DURKHEIM, 2004a, p.385-391).

Para o homem viver em uma sociedade coesa, regulada por um Estado atuante, e sem guerra de classes, só é possível

[...] à medida que o homem se eleva acima das coisas para impor-se a elas, para despojá-las de seu caráter fortuito, absurdo, amoral, isto é, na medida em que se torna um ser social. Porque ele não pode escapar da natureza senão criando outro mundo, do qual a domina, e esse mundo é a sociedade (DURKHEIM, 2004a, p.406).

Com base nessas ideias, podemos afirmar que Durkheim vê a fragmentação como um processo anormal da sociedade e que não é um resultado ou um efeito da divisão do trabalho social, embora possa ser propiciada por ela. Mas, essa não é a visão que encontramos em Guy Debord, por exemplo. A pertinência da utilização da contraposição, ou seja, do choque de pensamentos opostos sobre um mesmo tema é defendida por Carlos Henrique Cardin:

O enfoque de um tema utilizando a contraposição à sua negação possibilita ver com mais clareza os contornos e as características da questão em análise, o objeto central das preocupações (CARDIN, 2004, p.XXIV).

Por esse motivo, acreditamos que o choque entre o pensamento durkheimiano e as ideias dos autores que trabalham com a sociedade do espetáculo pode ser enriquecedora e esclarecedora. Na medida em que avançarmos nessa análise, perceberemos, inclusive, algumas similitudes entre essas duas visões, aparentemente opostas.

A sociedade do espetáculo equivale a um estágio da sociedade capitalista em que o fetiche⁴ da mercadoria evolui para um estado de fetiche da imagem. Nesse momento do capitalismo, a imagem da mercadoria se torna alvo de “adoração” e o espetáculo se dissemina por todas as partes da sociedade. Esse processo, segundo Debord (1971), estabelece-se por conta da institucionalização da divisão do trabalho social, que tem como principal efeito a criação de classes sociais. Nesse sentido, as classes sociais são fruto da intensificação da complexidade das especializações profissionais.

⁴ Aqui, o termo é empregado no sentido marxista.

Quando a sociedade se divide em grupos produtivos, há um processo de separação, de distanciamento entre os grupos e entre os indivíduos. Essa separação faz parte, na visão de Debord, da lógica da sociedade capitalista. “O sistema econômico fundado no isolamento é uma produção circular do isolamento. [...] A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo” (DEBORD, 1971, p.20-21). Mais uma vez a perda de coesão social é colocada no centro do problema. Nesse aspecto, há similaridades entre o pensamento durkheimiano e a teoria de Debord, mas essa aproximação termina quando a questão é a causa dessa falta de unidade, dessa fragmentação social.

Debord (1971) apresenta a fragmentação como causa inevitável, até esperada, da divisão do trabalho social. A substituição do capital, como responsável pela alienação dos indivíduos, por imagens é o ápice desse processo. Ao contrário das idéias durkheimianas, nessa visão, a complexidade da divisão do trabalho não gera solidariedade, mas intensifica a fragmentação e a alienação.

A comunicação, como propõe Luhmann, deveria manter a unidade do sistema social, mas, para Debord, ela vai perpetuar a lógica de um sistema capitalista que se baseia no acúmulo de bens. Essa lógica vai ser transmitida pelos meios de comunicação e isso vai reger o comportamento das pessoas, que tenderão a se comportar de acordo com os modelos apresentados pela mídia. Parece-nos que, embora haja um distanciamento entre esses modelos teóricos, há vários pontos de contato. Essa comunicação que perpetua um modelo comportamental e dissemina a lógica de um sistema socioeconômico está, de certa forma, unindo as partes que formam a sociedade. A diferença é a atribuição de valores aos processos e a identificação das causas dos mesmos, pois Luhmann acredita que o resultado seja a “união” do todo e Debord, dentro de seu pensamento dialético, defende que essa “união” mantém as partes separadas.

Na corrente teórica que versa sobre a sociedade do espetáculo há uma ideia que identifica essa união das partes sociais, por intermédio da mídia, como um processo danoso que nos levará a uma espécie de destruição. Trata-se da noção de massa de Jean Baudrillard. Para ele, as massas exercem uma força de inércia e se estabelecem na nossa sociedade contemporânea como um “fenômeno altamente implosivo”. Para Baudrillard, não existem mais divisões baseadas em classes, em profissões, pois o indivíduo que faz parte dessa massa amorfa está anulado.

A massa baudrillardiana representa o estágio mais avançado da sociedade capitalista, em que nem mais o espetáculo faz sentido. É como se o autor mostrasse que a noção de unidade transmitida pela mídia, durante o desenvolvimento da sociedade do espetáculo, transformou-se num processo muito mais do que anômico, num processo autodestrutivo. Mas, antes de escrever o texto *À Sombra*

das *Maiorias Silenciosas*, em que Baudrillard trata dessa temática, ele trabalhou com noções da sociedade do espetáculo que corroboram com as ideias de Debord. No texto *O Sistema dos Objetos*, Baudrillard mostra que na comunicação publicitária verifica-se a passagem da informação à persuasão, cujo ápice é a persuasão clandestina. Nesse sentido, a ideia de coesão social de Luhmann proporcionada pela comunicação acaba se transformando em uma coesão perversa, por assim dizer. Essa união dos indivíduos e grupos sociais por meio da informação e do conhecimento sobre o que se passa no interior dos demais sistemas sociais dá lugar a uma lógica que transforma os indivíduos em dependentes da sociedade, num sentido pejorativo. A publicidade irá persuadir as pessoas de que elas devem viver de acordo com determinados modelos e que elas são incapazes até mesmo de saber quais são suas necessidades.

Essa incapacidade do ser humano, que se torna totalmente dependente da sociedade é o tema de Christopher Lasch, no texto *O mínimo eu*. O autor mostra como a lógica da sociedade de consumo diminui as identidades individuais, transformando o indivíduo num ser infantilizado e dependente de coisas e objetos de consumo. Lasch acredita que essa situação atual da sociedade, em termos, deve-se ao processo de intensificação da complexidade da divisão do trabalho social, proporcionada pela sociedade industrial moderna.

Nos Estados Unidos, uma cultura do consumo começa a surgir nos anos 20, mas apenas posteriormente à transformação das indústrias em corporações institucionalizou a divisão de trabalho que está presente em toda a sociedade industrial moderna, a divisão entre trabalho cerebral e o trabalho manual: entre o projeto e a execução da produção (LASCH, 1986, p.19).

Da mesma forma que a produção é elaborada em larga escala, o consumo é feito de maneira massiva, o que possibilita a disseminação do consumismo. Do ponto de vista psicológico, Lasch demonstra que a cultura do consumo se impõe às pessoas de forma a substituir suas identidades, é como dizer que alguém é aquilo que tem. Essa lógica “evolui” até chegar ao que chamamos de fetiche da imagem, quando a pessoa passa a ser aquilo que ela parece. Lasch explica que a perda da identidade não é causada apenas por conta dessa lógica de consumo, mas também pela falta de “suporte” de determinadas instâncias sociais. Assim como Durkheim previa que a solidariedade orgânica deve ser gerada pela divisão do trabalho, mas que isso nem sempre ocorre, Lasch mostra que o trabalho na sociedade industrial moderna gera um sentimento de inação, de distanciamento. O trabalhador não se sente parte de um grupo com ideias e objetivos comuns, ele não se sente parte de um grupo solidário.

Se o indivíduo não se sente parte do grupo profissional, se ele apenas repete padrões criados artificialmente, estamos vivendo um retrocesso. Retornamos ao estágio em que a solidariedade preponderante era a mecânica e as pessoas são coisas “de que a sociedade dispõe” (DURKHEIM, 2004a, p.108). Esse processo de infantilização dos indivíduos, que se submetem às coisas, mostra exatamente o contrário do que se espera do ser humano enquanto ser social que, segundo Durkheim, “se eleva acima das coisas para impor-se à elas” (2004a, p. 406).

Essa ideia de que a homogeneidade se estabelece na sociedade capitalista por meio do consumismo também pode ser encontrada no livro *A sociedade de consumo* de Baudrillard (2005). De uma maneira menos incisiva do que no texto *À sombra das maiorias silenciosas*, Baudrillard (1985) mostra que as necessidades e os comportamentos dos indivíduos passam a ser estabelecidos de forma homogênea por intermédio do consumo. Por outro lado, essa homogeneização dos comportamentos se estabelece em paralelo com as desigualdades de classe. Isso é possível porque o consumo é um fato social⁵, portanto exerce sobre os indivíduos um poder coercitivo, mas a produção que possibilita esse consumo está embasada na intensificação da divisão técnica do trabalho. Aqui Baudrillard acaba apresentado um pensamento parecido com o de Debord.

Podemos pensar em uma síntese a partir da ideia de Durkheim de que não basta a regulação para manter a coesão social e que é preciso uma evolução da condição humana em ser social. Se a comunicação tem a inserção prevista tanto por Debord, Baudrillard e Lasch, por um lado, e Luhmann, por outro, podemos pensar que a comunicação seria o sistema ou o órgão responsável pelo equilíbrio entre as diferenças sociais e a coesão da unidade. De que maneira isso seria feito? Não há uma resposta definitiva, mas podemos apresentar algumas hipóteses.

Em primeiro lugar, se pensarmos no Estado como órgão regulador ou detentor das regras que regem a sociedade, isso se aplica ainda em alguma medida. Há problemas na aplicação dessa ideia no âmbito da globalização, mas, no geral, o Estado ainda estabelece as normas jurídicas e legais que devem ser seguidas. Mas, como Durkheim mesmo diz, as regras não são suficientes para manter a unidade social, é preciso que o ser humano evolua para um grau de ser social. Como é essa evolução, Durkheim não deixa claro, mas é possível fazer conjecturas com base na solidariedade orgânica.

Quando o indivíduo escolhe, livremente (mesmo que essa liberdade seja limitada, na visão durkheimiana), sua profissão, ele acaba aderindo a um grupo social formado por pessoas com objetivos e interesses comuns aos seus. Esse fator propicia um sentimento de pertencimento, de aproximação e de solidariedade entre aqueles

⁵ Baudrillard usa o conceito durkheimiano e, inclusive, cita Durkheim em seu texto.

que fazem parte daquele determinado grupo. Como essa solidariedade será percebida pelos indivíduos? Se usarmos a noção de comunicação de Luhmann, poderíamos atribuir à chamada comunicação intrassistema ou comunicação segmentada essa função. Ao mesmo tempo, a função de coesão da unidade social seria dividida entre o Estado e a comunicação entre os sistemas ou comunicação de massa⁶.

A crítica de Debord, Baudrillard e Lasch acaba mostrando que a comunicação tem a capacidade de realizar as funções descritas por Luhmann. Quando os três autores mostram que é por meio da comunicação de massa que a fragmentação se estabelece, eles acabam por atribuir à comunicação um papel de unificadora. Mesmo que essa comunicação una, mantendo separado, como argumenta Debord, ela tem a capacidade de padronizar os comportamentos e os sentimentos dos indivíduos dos mais variados grupos sociais. Isso significa que essa comunicação acaba corroborando para a coesão da sociedade contemporânea, apesar de estar baseada num processo que pode resultar em destruição, como prevê Baudrillard. Nesse aspecto, a ideia, encontrada em Luhmann, de atribuir à comunicação o papel de operador central da sociedade guarda algumas similaridades com o pensamento de Debord, Lasch e Baudrillard. Resta saber o que tem prevalecido na comunicação, a fragmentação ou a segmentação, a união em prol da coesão social ou a unificação dos comportamentos causando perda das identidades?

A segmentação da comunicação jornalística

Anteriormente, citamos uma divisão da comunicação em dois níveis, sendo um deles a comunicação intrassistema e o outro a comunicação entre os sistemas sociais. Na verdade, essa é uma interpretação que propomos a partir da descrição luhmaniana do sistema comunicação. Segundo Luhmann (1998), a comunicação é o único sistema social capaz de observar o que ocorre à sua volta e vai além, penetrando o interior dos demais sistemas sociais. Outro diferencial da comunicação é sua capacidade de gerar informação a partir da observação feita no interior dos demais sistemas sociais. Essa informação pode ser direcionada tanto para o sistema em que se deu a observação quanto para os demais.

Esse direcionamento da comunicação ganha relevância quando demonstramos que ele acaba por influenciar o processo produtivo da informação. Em outras palavras, podemos perceber uma diferença entre a comunicação que se dirige à sociedade de forma geral e aquela que é dirigida a um sistema social específico.

⁶ Mesmo a comunicação segmentada é sempre voltada para um público amplo, massivo. Luhmann não trabalha com a diferenciação entre comunicação segmentada e comunicação de massa. Essa é uma interpretação nossa.

Nesse sentido, a existência dos grupos sociais acaba por influenciar no processo produtivo da comunicação.

Como nosso foco é o jornalismo, iremos nos ater às diferenças observáveis nesse tipo específico de comunicação. Para isso, elucidaremos a seguir os aspectos que nos ajudam a perceber tais diferenças e como elas acabam por evidenciar nossa hipótese sobre a existência de duas instâncias de comunicação.

Os formatos de jornalismo

O jornalismo voltado para o público em geral, que equivale aos aspectos da comunicação entre os sistemas sociais, poderia ser chamado de jornalismo de informação geral. Esse formato jornalístico pode ser exemplificado por todo tipo de veículo que se dirige às pessoas em geral, sem determinar sua participação em um grupo social⁷ específico.

Esse tipo de comunicação jornalística é produzido de acordo com alguns preceitos que estão diretamente ligados com a definição do que é notícia, como observa Emil Dovifat (1959, p.51): “La noticia impregna el periódico en todas partes, a tal punto que noticia y periódico significan lingüísticamente lo mismo”. Para o autor, notícia é

[...] comunicaciones sobre hechos nuevos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad. Así, pues, la noticia necesita: **a) ser de utilidad y valor para el receptor;** b) ser nueva, es decir, recién transmitida; c) ser comunicada a través de un terecero y por consiguiente expuesta a la influencia subjetiva de éste (Dovifat, 1959:51-52).

El periódico [por sua vez] es el instrumento que da los acontecimientos más recientes en los más cortos y regulares períodos a la más amplia circulación (DOVIFAT, 1959, p.3, grifo nosso).

A noção de utilidade e valor, destacada na citação anterior, é ressaltada por outros autores. O pesquisador português Nelson Traquina diz que nos principais manuais de jornalismo afirma-se que é um dever dos jornalistas informar sobre tudo que for importante e interessante (2005a).

⁷ Mesmo quando se trata de veículos de bairros ou cuja distribuição é restrita a uma determinada região, não existe um engajamento de sua produção com características específicas do público. Dessa forma, esses periódicos acabam por seguir os preceitos do jornalismo de informação geral, como veremos mais a diante.

A definição do que é noticiável é observado pelos jornalistas a partir de um conjunto de ideias que Traquina chama de valores-notícia. O estabelecimento desses valores utilizados como base na escolha dos fatos geradores de pauta, nos processos de redação, reportagem, entrevista, entre outras especificidades da atividade jornalística foram sendo estabelecidos ao longo do desenvolvimento histórico da atividade, na opinião de Traquina. O autor apresenta uma série de nove valores-notícia usados para identificar fatos que podem ser considerados noticiáveis pelos jornalistas e outro grupo de cinco valores que marcam o processo de produção jornalístico (TRAQUINA, 2005b).

A série de nove valores-notícia de Traquina é iniciada pela questão da **notoriedade**, ou seja, quanto mais notório for o sujeito da ação reportada, mais valor terá a notícia. A **proximidade** do fato também tem peso, pois quanto mais próximo o público se sentir em relação ao acontecimento anunciado, maior será o interesse dispensado. Outro valor-notícia enunciado por Traquina é a **relevância**, que responde à necessidade de a notícia trazer informações sobre algo que causará impacto na vida das pessoas, como reajustes de preços de alimentos, por exemplo. A **infração** e o **escândalo** também são valores-notícias usados para selecionar fatos geradores de pauta; o autor demonstra que há um interesse grande pela cobertura de crimes e de grandes esquemas de corrupção, por exemplo. O **inesperado** e também a **controvérsia** são valores utilizados pelos jornalistas nesse processo de seleção de temas que podem ou não virar notícia.

Deixamos em separado dois valores-notícia classificados por Traquina; trata-se do **tempo** e da **novidade**. Esses dois itens possuem características que nos interessam particularmente, pois são aspectos pontuais na diferenciação do que temos chamado de jornalismo de informação geral em relação ao Jornalismo Segmentado. Ter um fato novo para contar é algo, de acordo com o próprio Traquina, que inquieta os jornalistas, pois estes, para defender suas pautas, devem impreterivelmente mostrar que há algo de novo a ser noticiado. Além de novo, o fato tem de ser atual; no jornalismo, a atualidade das notícias define a competência dos profissionais e, conseqüentemente, marca a qualidade de um veículo. O ideal do furo de reportagem, em certa medida, está ligado a essa noção de atualidade e novidade. (TRAQUINA, 2005b).

Os valores-notícia citados até aqui ajudam a definir a seleção de fatos que devem ou não ser noticiados. Em outras palavras, são os critérios usados para julgar a noticiabilidade de um acontecimento. Existem ainda outros cinco valores que definem a construção da matéria jornalística, ou seja, a forma como o fato é tratado pelo jornalista no processo de construção da notícia. A **simplificação** é essencial nesse processo, sendo responsabilidade do jornalista transformar um fato em algo

inteligível para o público. Nesse ponto, surgem críticas pesadas aos jornalistas que se dedicam à cobertura econômica, por exemplo.

Como técnica de trabalho, qualquer jornalista precisa **traduzir** linguagens setorializadas para a linguagem jornalística de grande alcance social. Por isso, a alegação de que um repórter de área deve dominar aquela linguagem específica, resulta em um fechamento contraproducente. No caso do jornalismo econômico, surgiu até a denominação do **economês**, verdadeira aberração do ponto de vista da comunicação coletiva (MEDINA, 1982, p.155, grifo da autora).

Traquina (2005b) fala ainda de outros quatro valores que exercem influência na construção das matérias jornalísticas, além da simplificação supracitada. São eles: a **amplificação** (quanto mais amplo é o fato reportado, mais notada será a notícia), a **relevância** (o jornalista tem de mostrar porque aquilo é importante para as pessoas), a **personalização** (personalizar a notícia facilita no julgamento do fato em positivo ou negativo, o que aumenta o grau de interesse do público) e a **dramatização** (usada no reforço dos aspectos mais críticos e emocionais do fato, o que causa impacto no público).

A construção da notícia, por meio desses valores expostos por Traquina, deve atender à premissa anterior de atingir um público amplo. Essa ideia não está ligada necessariamente a uma noção numérica, ou seja, de quantidade de pessoas, mas sim da generalidade ou diversidade da formação desse público. Cremilda Medina defende de forma efusiva a utilização de técnicas pluralistas que permitem ao público uma compreensão sobre os mais diferentes fatos reportados pelos jornalistas. Segundo ela, a especialização do jornalista não deve ser algo inerente aos temas com os quais eles trabalham, como é o caso do chamado jornalismo econômico, mas sim às tarefas do jornalista.

Não se trata de fragmentar os repertórios intelectuais e ter um jornalista especializado em política, outro em polícia, outro em economia e outro em esporte. O próprio fenômeno – segundo a definição clássica de Abraham Moles – é globalizador, é entrelaçador dos grupos especializados da sociedade industrial. **O jornalista – que deve interligar essas fragmentações** – não pode ser mais um especializado, fechado em determinado círculo de informações. [...] Especialização técnica significa um avanço no sentido oposto – exatamente a conquista de ferramentas de trabalho de amplo alcance e não o retrocesso de platéias fechadas, incomunicadas com a maioria dos estratos sociais. Ora, dessa especialização fazem parte técnicas aperfeiçoadas de reportagem, domínio de

códigos pluralistas (sem a ditadura do verbal clássico, retórico), firmeza de ritmo (agilidade e desempenho) e a conquista de uma edição do material informativo (MEDINA, 1982, p.134, grifo nosso).

Na fala de Cremilda Medina, podemos reconhecer alguns aspectos da discussão sobre segmentação versus fragmentação. Se seguirmos com nossa interpretação da visão luhmanniana de comunicação, veremos que a autora destaca a necessidade de o jornalista tomar para si a função de integrar os grupos sociais conforme Luhmann prevê como papel da comunicação. No trecho destacado da citação anterior, Cremilda Medina se refere à comunicação de interesse geral, ou seja, o equivalente à comunicação entre os sistemas.

Por outro lado, não podemos deixar de pensar na especialização temática do jornalismo. A especialização em editorias que pode resultar “num fechamento contraproducente”, como afirma Medina, não é algo que possa ser ignorado, até porque alguns veículos foram criados com o objetivo de tratar de assuntos que se referem a uma editoria jornalística. Existem alguns jornais e revistas, para lidar apenas com exemplos de comunicação impressa, que tratam apenas de economia ou são dedicados a temas femininos, por exemplo.

Ao observar esses veículos, acabamos por perceber que, embora atuem de forma engajada com eixos temáticos, os preceitos do jornalismo de informação geral permanecem como diretrizes de sua produção. Poderíamos dizer que o jornalismo especializado em economia ou qualquer outra área/editoria faz parte do jornalismo de informação geral por se tratar de comunicação ampla e genérica, embora possa ser limitado por aspectos temáticos que imprimem certa singularidade na redação das notícias e até na abordagem dos temas noticiados. O jornalismo especializado, normalmente, remete-se a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenômeno ou modalidade à parte, mas uma característica do jornalismo de informação geral contemporâneo.

Essa especialização temática pode ser ainda considerada um estágio anterior da especialização observada nos veículos segmentados. Isso porque a segmentação pressupõe não apenas uma especialização em um tema ou um conjunto de temas, mas uma super-especialização que acaba por restringir esse tipo de comunicação a um público específico. Para observar esse processo de forma mais concreta, escolhemos um suporte que nos possibilita “visualizar” essa diferença entre a especialização temática e a super-especialização/segmentação de público. Trata-se de um veículo de comunicação específico, a revista.

Os estudiosos de revistas conseguem, de uma maneira que vem bem a calhar, propor algumas classificações com base nos temas apresentados por esses

periódicos. Observaremos, entre as várias classificações, a existência de um tipo de revista que exemplifica esse jornalismo super-especializado, ou seja, o Jornalismo Segmentado. Kardec Pinto Vallada, em sua dissertação de mestrado, cria uma classificação para as revistas. A partir da ideia de que as revistas são veículos de comunicação diferenciados por conta de suas características⁸, Vallada mostra a existência de tipos de revistas diferentes entre si. O primeiro tipo é o de revistas de interesse geral, grupo formado por revistas ilustradas cuja tiragem pode atingir números impressionantes como foi o caso de *Realidade*, *O Cruzeiro*, *Manchete*, entre outras. Na opinião de Vallada, esse tipo de revista tende a desaparecer, dando espaço para outros formatos (1983, p.24).

As revistas de informação, como *Veja*, *IstoÉ*, *Época*, formam outro tipo classificado por Vallada.

Embora também semanais, seu conteúdo difere substancialmente do conteúdo das revistas de interesse geral. Em lugar das frivolidades, apresentam informação, interpretação e opiniões.

Podem ser consideradas como um híbrido entre jornal e revista, ou jornal semanal com forma e formato de revista, apresentando um resumo dos fatos mais importantes ocorridos no país, no continente e no mundo. [...] **Embora seu leitor típico seja relativamente heterogêneo e indefinido, situa-se entre as classes culturais e sócio-econômicas mais elevadas.** (VALLADA, 1983, p.75, grifo nosso).

É pertinente ressaltar que mesmo tratando de temas menos gerais, o público desse tipo de revista, conforme observado pelo autor, continua sendo amplo e heterogêneo.

Vallada traz ainda outras duas classificações de tipos de revista. As revistas de interesse específico ocupariam uma posição intermediária entre as de interesse geral e as especializadas. O público é mais ou menos indefinido, mas pode ser observado a partir de fatores como gênero, idade, classe social, “[...] mas, que, por múltiplas razões, não profissionais, nem funcionais ou amadorísticas, tem um interesse maior ‘que o comum das pessoas’ por um assunto específico” (VALLADA, 1983, p.77). O autor afirma ainda que esse interesse específico pode ser passageiro como é o caso de revistas para gestantes ou para noivas.

⁸ As revistas, segundo Marília Scalzo, nascem engajadas com questões diferenciadas. Para ela, “[...] enquanto os jornais, tanto diários como semanais, nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e à defesa de causas públicas, as revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionando-se intimamente com a ciência e a cultura” (2003, p.21).

O último tipo classificado por Vallada é o de revistas especializadas. Nesse grupo encontramos, na opinião do autor, um grande número de publicações, entre as quais algumas “super-especializadas, devido à elevadíssima seletividade de seus leitores-alvo” (1983, p.79). Ele explica que esse tipo de revista não é vendido em bancas, sendo que sua circulação é dirigida, isto é, a distribuição é feita por assinatura ou outras formas controladas. Os leitores-alvo são definidos por interesses comuns, como “[...] a sua profissão, o setor em que trabalham, ou o campo de seu interesse especializado, e seus problemas são conhecidos, até em detalhes, dos editores” (VALLADA, 1983, p.79). O conteúdo apresentado também se diferencia por não ser “meramente informativo”. Segundo Vallada, nesse tipo de revista é comum encontrar muitas reportagens, pesquisas, estudos, opiniões sempre de maneira aprofundada. Isso faz com que esses veículos sejam mais educativos, formativos e até persuasivos e se tornem “[...] publicações indispensáveis e fundamentais para o aperfeiçoamento e atualização profissional, tecnológica ou científica” (1983, p.80).

Esse último tipo de revista apresentado por Vallada se assemelha ao que temos chamado de Jornalismo Segmentado. Quanto aos demais tipos classificados pelo autor, podemos considerar tanto as revistas de informação como as revistas de interesse geral como exemplos de jornalismo de informação geral. Já as revistas de interesse específico seriam formatos do jornalismo especializado, sendo todos esses tipos de revistas voltados para públicos amplos e heterogêneos, enquanto que as revistas consideradas por Vallada como especializadas seriam formatos voltados a um público restrito, segmentado.

Segundo Vallada, as revistas de tipo especializadas (que poderíamos considerar na nomenclatura que vimos usando aqui como revistas segmentadas) são pensadas a partir de noções previamente conhecidas a respeito do interesse do leitor.

Por terem uma faixa de leitores selecionados, com interesse específico, bem definidos e previamente conhecidos, possibilitam maior objetividade na elaboração de sua Fórmula Editorial, com um melhor equilíbrio dos assuntos; **permitem ainda o uso de uma linguagem mais pessoal e envolvente, direta e adequada, conforme o enfoque que se pretendia: técnico, científico, educativo, persuasivo, de atualização.** [...] são publicações para se ler, meditar, discutir, experimentar e guardar (VALLADA, 1983, p.80, grifo nosso).

Essa linguagem diferenciada, presente nos textos desse tipo de revista, é um dos pontos-chave da diferenciação entre esse tipo de jornalismo e os demais. Enquanto no jornalismo de informação geral e em suas editorias especializadas o texto é pensado para um público heterogêneo e amplo, ou seja, são utilizadas técnicas pluralistas, como enfatiza Medina, no Jornalismo Segmentado a linguagem é

instrumento de identificação do público-leitor. Esse ponto é fundamental para compreendermos que essa modalidade de jornalismo reflete a realidade de um grupo de pessoas específico, que se forma a partir de um interesse em comum; em geral, esse interesse é inerente à ocupação profissional dessas pessoas.

A periodicidade desse tipo de revista é variável, sendo encontradas publicações mensais, bimestrais, trimestrais e até quadrimestrais. Isso porque, “[...] a ‘atualidade’ não é tão importante como a qualidade, desde, é claro, que não se trate de matérias completamente desatualizadas ou inoportunas” (VALLADA, 1983, p.81). Esse é outro ponto-chave para diferenciar o Jornalismo Segmentado do jornalismo de informação geral. Quando Traquina enumera os valores-notícia que definem se um fato é ou não noticiável, ele destaca a questão do tempo e da novidade como algo importante para o jornalista na definição do que deve ou não ser levado em conta. Claro que o Jornalismo Segmentado também trabalha com a novidade, com a atualidade, mas de uma forma diferente. É muito mais importante, nesse tipo de comunicação, o desenvolvimento e o aprofundamento do fato noticiado, o que torna a atualidade um fator secundário, ao contrário do status que este valor-notícia tem no jornalismo de informação geral. Além de priorizar a profundidade dos temas apresentados, esse tipo de publicação tem uma periodicidade mais ampla o que inviabilizaria qualquer tentativa de trabalhar com temas essencialmente atuais.

Vallada enumera sete subespécies de revistas especializadas (ou segmentadas, para usar nossa nomenclatura), sendo que dessas apenas duas não estão relacionadas às atividades profissionais. São as subespécies de Vallada (1983): **as revistas técnico-setoriais**, dirigidas a um setor da indústria, do comércio ou de serviços como a siderurgia (pode, na opinião do autor, trazer temas ligados ao marketing, à administração, entre outros, mas sempre com o enfoque no setor ao qual se reporta); **as técnico-profissionais**, voltadas para especialidades profissionais e que podem ser consumidas por autônomos, assalariados, prestadores de serviços de áreas como engenharia eletrônica, por exemplo; **as acadêmico-científicas**, cujo foco é a divulgação de estudos e pesquisas e a reflexão acadêmica de uma determinada área do conhecimento; **as empresariais**, publicações de empresas distribuídas, em geral, gratuitamente; **as estudantis**, cujo foco são os estudantes dos mais variados níveis; **as revistas associativas** que, na opinião de Vallada, “[...] são uma espécie de híbrido entre as empresariais e as técnico-profissionais e/ou técnico-setoriais” (1983, p.84) e, finalmente, **as recreativas**, cujo foco é tão fechado em determinada atividade de lazer, que apenas pessoas com um grau de interesse profundo em tal atividade serão seus leitores.

A antepenúltima e a última subespécies apresentadas por Vallada definem seu público de uma forma um pouco diferente das demais, perdendo de vista a

noção de profissão ou ocupação profissional. Mas é interessante que todas as outras subespécies estão diretamente relacionadas com questões de determinadas categorias ou grupos profissionais.

Algumas considerações

Pudemos evidenciar, nas últimas páginas, a existência de dois tipos diferentes de jornalismo; um dirigido à sociedade, de forma geral, e outro voltado para um grupo social específico. A existência desse segundo tipo de jornalismo está ligada aos processos de divisões sociais e suas características estão diretamente vinculadas com o grupo social ao qual esse tipo de jornalismo se remete.

Para retomar a discussão de fragmentação versus segmentação, colocamos em evidência que a fragmentação social apontada por Debord, Baudrillard e Lasch é algo inerente à comunicação de forma geral. Mas, em nossa análise, pudemos observar que o Jornalismo Segmentado responde a um processo natural de divisão social que acaba por criar um público com uma identidade específica engajada com a atuação profissional dos indivíduos. Por outro lado, o jornalismo de informação geral, que deve servir como fomentador da união dos segmentos sociais, tem apresentado problemas no que diz respeito à utilização de códigos pluralistas para apresentar temas específicos como é o caso da economia.

Cremilda Medina (1982) deixa claro que o jornalista deve pensar na notícia como algo que seja inteligível para o maior número possível de pessoas. Nesse sentido, a comunicação jornalística, produzida de forma engajada com essa idéia de Medina, propiciaria aquilo que Luhmann prevê como papel da comunicação (a união do todo social). Mas, nem sempre é isso que ocorre. De acordo com a ideia de Sociedade do Espetáculo, os autores demonstram que a “comunicação de massa” tem tido como resultado um processo de isolamento que acaba por gerar nos indivíduos um sentimento de não-pertencimento, algo que parece não se verificar no Jornalismo Segmentado.

Essa constatação nos indica que os problemas apontados por Debord, Baudrillard e Lasch parecem não se aplicar ao Jornalismo Segmentado, mas sim ao jornalismo de informação geral. Para nos certificar de que esse processo de espetacularização se tornou uma constante no jornalismo de informação geral existem duas possibilidades. A primeira é observar como o público dos veículos segmentados se relaciona com os veículos de informação geral, o que poderia demonstrar em definitivo que a falha na execução do papel da comunicação como prevê Luhmann está mesmo na comunicação entre os sistemas. E a segunda é verificar como os grupos sociais estão refletidos ou representados no jornalismo

de informação geral, pois para que a solidariedade orgânica esteja completa, de acordo com a visão durkheimiana, é preciso que haja reconhecimento e respeito entre os grupos sociais, ou seja, além do sentimento interno de pertencimento ao grupo social, é preciso manter os sentimentos de pertencimento à sociedade, o que está diretamente ligado às ideias de respeito ao próximo.

FRAGMENTATION OR SOCIAL SEGMENTATION? DURKHEIM, DEBORD AND THE SEGMENTED JOURNALISM

ABSTRACT: *The social fragmentation process is more and more a subject of the contemporary sociological discussions as well as a concern of the communication researchers. From a sociological view of social division process and their consequences, which are in some cases related to fragmentation, we intend, in this paper, to observe how the social divisions are reflected upon the emergence of differentiated communication forms. Our objective is to demonstrate the correlation of the existence of Segmented Journalism to the intensification process of the social division of labor, and to check whether this format of journalism evidences or not a process of fragmentation. In order to make this analysis, we will put in confront the ideas of two different theoretical chains – the Society of the Spectacle and the ideas of Niklas Luhmann and Émile Durkheim.*

KEYWORDS: *Segmentation. Fragmentation. Journalism. Social division of labor. Durkheim.*

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2005.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

_____. **À sombra das maiorias silenciosas**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CARDIM, C. H. Prefácio. In: DURKHEIM, E. **O suicídio**. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p.XIX-XXX.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Lisboa: Mobilis in Mobile, 1971.

DOVIFAT, E. **Periodismo**. México: Union Tipografica Editorial Hispanoamericana, 1959.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

_____. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 2004a.

_____. **O suicídio**. São Paulo: Martins Fontes, 2004b.

_____. **Sociologia, educação e moral**. Portugal: Rés, 1984.

GIRARDI JÚNIOR, L. **Pierre Bourdieu**: questões de sociologia e comunicação. São Paulo: AnnaBlume, 2007.

LASCH, C. **O mínimo eu**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. Tradução de Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **Sistemas sociais**: lineamientos para una teoría general. Barcelona: Anthropos, 1998.

MARCONDES FILHO, C. Prefácio. In: LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. Tradução de Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005. p.7-12.

MEDINA, C. **Profissão jornalista**: responsabilidade social. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. Contexto: São Paulo, 2003.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005a. v.1.

_____. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005b. v.2

_____. **Teorias das notícias**: o estudo do jornalismo no século XX. Lisboa: Editorial Caminho, 2001.

VALLADA, K. Revistas especializadas no Brasil: desenvolvimento, taxonomia e dinâmica editorial. 1983. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983.

Recebido em maio de 2010

Aprovado em agosto de 2010

