

# Pesquisa e reflexão sobre jornalismo até 1950: a institucionalização do jornalismo como campo de conhecimento e campo científico

Jorge Pedro Sousa  
Universidade Fernando Pessoa  
e Centro de Investigação Media & Jornalismo  
[jorgepedrosousa@hotmail.com](mailto:jorgepedrosousa@hotmail.com)

## Índice

1	Sobre o território do jornalismo e da sua teoria: uma delimitação do objecto . . . . .	3
2	A génese do campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	7
2.1	A primeira tese doutoral sobre jornalismo: Tobias Peucer, 1690, Alemanha . . . . .	17
2.2	Karl Marx (e Friedrich Engels) . . . . .	21
2.3	Alexis Tocqueville . . . . .	23
2.4	John Stuart Mill . . . . .	24
2.5	Karl Knies . . . . .	25
2.6	Albert Schäffle . . . . .	30
2.7	Karl Bücher . . . . .	35
2.8	Gabriel Tarde . . . . .	41
2.9	Ferdinand Tönnies . . . . .	43
2.10	Max Weber . . . . .	46
3	A transferência de conceitos europeus para os Estados Unidos . . . . .	50
3.1	Small e Vicent . . . . .	52
3.2	Edward Ross . . . . .	54

3.3	William Graham Sumner . . . . .	55
3.4	Robert Park . . . . .	57
3.5	De Francis W. Hirst a Walter Lippmann passando por Graham Wallas . . . . .	61
4	Outras contribuições relevantes para a génese do campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	64
4.1	Contribuições da retórica para o campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	73
4.2	Contribuições dos estudos históricos, hemerográficos e bibliográficos para o campo dos Estudos Jornalísticos . . . . .	77
4.3	Contributos dos primeiros livros divulgadores do jornalismo, ensaios sobre jornalismo e manuais de jornalismo para o campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	79
4.4	A Periodística (“Jornalística”) Alemã . . . . .	84
4.5	A aparição das teorias críticas de cariz marxista, a Escola de Frankfurt e os seus contributos para o campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	90
4.6	Contributos dos estudos funcionalistas sobre os efeitos do jornalismo e da comunicação em geral ao campo científico dos Estudos Jornalísticos . . . . .	99
5	Conclusões . . . . .	102
6	Bibliografia . . . . .	104

É tarefa impossível inventariar tudo aquilo que foi publicado sobre jornalismo até 1950. Através de pesquisas efectuadas na Porbase (catálogo bibliográfico português on-line), catálogos de bibliotecas e outras fontes hemerográficas e bibliográficas, conclui-se que só em Portugal foram documentadamente publicados cerca de 300 livros e opúsculos e várias centenas (talvez milhares) de artigos sobre jornalismo até ao referido ano. A dificuldade em fazer um inventário global aumenta, de resto, pela incapacidade de cada autor dominar um vasto número de línguas estrangeiras. É possível que existam excelentes livros de jornalismo publicados em países cujas línguas são pouco faladas no mundo. Portanto, para a elaboração deste texto interessou, em particular, enfatizar a importância de alguns dos autores cujas ideias ainda hoje se repercutem nos estudos jornalísticos. Destacaram-se os autores europeus

(particularmente alemães) que no século XIX desbravaram o campo, formatando-o à luz das ciências sociais emergentes, e cujas ideias foram importadas pelos primeiros americanos a debruçarem-se sobre o jornalismo como objecto de pesquisa, pois a incorporação das ideias desses pioneiros europeus no “pensamento jornalístico” norte-americano acabou por disseminá-las pelo mundo, graças à presente universalidade do idioma inglês. Este resgate histórico é extremamente importante, pois o desenvolvimento dos estudos jornalísticos acabou por, injusta e injustificadamente, apagar da nossa memória colectiva os contributos fundamentais dados pelos pioneiros europeus do campo dos estudos jornalísticos enquanto área específica das ciências sociais e humanas. Assim, procuraremos, nestas linhas, evidenciar a origem europeia da pesquisa e reflexão sobre jornalismo e mostrar como as ideias dos pioneiros pesquisadores europeus foram transferidas para os Estados Unidos (mesmo quando não devidamente contextualizadas) e daí para todo o mundo, indicando alguns autores e textos que nos parecem fundamentais referir entre aqueles que conhecemos.

## **1 Sobre o território do jornalismo e da sua teoria: uma delimitação do objecto**

O jornalismo é uma actividade organizada e histórica e socialmente determinada de produção e difusão de informação. A componente produtiva é desenvolvida, normalmente, num contexto organizacional e empresarial (a empresa jornalística) por profissionais dedicados à obtenção e processamento da informação (os jornalistas), agrupados numa das secções dessa organização (a redacção). Por seu turno, a difusão de informação é feita, essencialmente, através de meios de comunicação massivos, ou seja, de dispositivos capazes de levar conteúdos a uma audiência heterogénea, dispersa e anónima, que tem pouca capacidade de dar feedback aos produtores desses conteúdos. Há, porém, desvios a esse modelo. O ciberjornalismo (jornalismo na Internet), por exemplo, potencia as possibilidades de interacção entre os consumidores e os produtores de informação e dá aos primeiros a possibilidade de determinarem os seus próprios caminhos na busca de informação, podendo esta busca extravasar para toda a informação disponível na Internet. Um outro desvio a esse modelo é corporizado pelo “jornalismo dos cida-

dãos”, um tipo de jornalismo que admite quer a integração sistemática de conteúdos produzidos por cidadãos particulares (texto, imagens, notícias e reportagens de rádio e televisão, etc.) no produto jornalístico quer a parceria entre cidadãos e as organizações jornalísticas na elaboração da agenda de cobertura de acontecimentos e assuntos. Porém, quando todos os conteúdos são produzidos por cidadãos não jornalistas, estamos apenas perante um fenómeno de “jornalismo amador”, de “jornalismo sem jornalistas”, uma realidade expressiva com muita história e tradição, em particular nos países democráticos, mas que levanta algumas dúvidas sobre se, na actualidade, deve ou não considerar-se jornalismo no presente sentido da palavra. As mesmas dúvidas levantam-se quando está em causa, por exemplo, o “jornalismo empresarial”, protagonizado por assessores de imprensa e relações públicas (e de que são exemplos veículos como o jornal de empresa). Torna-se, em conclusão, difícil definir o que é e não é jornalismo, pois essa definição exige situar historicamente a actividade, entender as suas funções e papéis actuais, perceber o que a sociedade espera dela e ainda pensar nas expectativas sociais para o seu futuro. No entanto, sendo necessário, para efeitos deste texto, delimitar, operativamente, o que, afinal, entendemos por jornalismo, consideraremos unicamente a *actividade profissional desenvolvida por jornalistas em (ou para) organizações jornalísticas*. Em consequência, foram descartados neste texto alguns entendimentos sobre o que no passado se considerou jornalismo, entendimentos esses que, transpostos para o presente, poderiam levar a classificar, por exemplo, certos *blogs* como jornalismo, por comparação com os primeiros jornais políticos do século XVII e XVIII.

A investigação científica sobre o jornalismo pode abarcar várias facetas. Por exemplo, a pesquisa pode tentar responder às questões equacionadas no Modelo de Lasswell<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Lasswell disse que para se estudar a comunicação é preciso responder a cinco questões interligadas: “quem?”, “(diz) o quê?”, “a quem?”, “por que meios?”, “com que efeitos?”. Embora Lasswell seja um dos teóricos oriundo da chamada Escola de Chicago, fundada ao redor do Departamento de Sociologia dessa instituição, criado em 1892, é também um dos progenitores da corrente de pensamento e pesquisa conhecida por Funcionalismo, conforme muito bem o comprova o seu modelo *funcional* para o estudo do processo de comunicação.

1. **Quem** são os produtores de conteúdos? (Estudos sobre a caracterização sociográfica dos jornalistas, estudos sobre a propriedade dos *media*, estudos sobre as organizações jornalísticas, etc.);
2. O que caracteriza uma **mensagem** jornalística, o que são as *notícias*? (Análises do discurso quantitativas e qualitativas, estudos sobre a natureza das notícias, Teoria dos Géneros Jornalísticos, aplicações da Teoria da Gestalt ao design jornalístico, etc.)
3. **Quem** são os receptores da informação e quais as suas necessidades, interesses, desejos, cognições, comportamentos e atitudes? (Estudos sobre a composição da audiência, estudos de mercado, etc.)
4. Quais são os **meios** usados pelo jornalismo e como afectam o jornalismo? (Estudos sobre os *media*.)
5. Quais são os **efeitos** do jornalismo sobre as pessoas, as sociedades, as culturas e mesmo as civilizações? (Estudos sobre os efeitos, estudos de recepção.)

As perguntas equacionadas pelo Modelo de Lasswell não esgotam, porém, os territórios da investigação sobre jornalismo. Aliás, na pesquisa sobre jornalismo é preciso ponderar não apenas as circunstâncias peculiares dessa actividade de comunicação social, mas também e a evolução histórica dessas circunstâncias e do próprio conhecimento científico sobre o jornalismo. Assim, é possível estudar também, por exemplo, as interfaces entre os diferentes territórios de investigação delimitados pelo modelo de Lasswell, como sejam:

- Qual a influência dos produtores de informação (jornalistas em organizações noticiosas) sobre as mensagens jornalísticas?
- Como é que a forma dos conteúdos das mensagens jornalísticas influencia o processo de recepção e decodificação?

Pode-se, igualmente, estender o estudo a outras realidades não equacionadas pelo modelo de Lasswell, tais como:

- Quais as formas de feedback<sup>2</sup> dos consumidores das mensagens jornalísticas sobre os produtores dessas mensagens (fontes e jornalistas) e como é que os primeiros influenciam estes últimos?

Em suma, a pesquisa em jornalismo pode procurar, talvez, responder a duas grandes interrogações gerais, holísticas, que, de certa forma, abarcam todas as outras:

1. Por que é que as mensagens jornalísticas (as notícias, ou os conteúdos...) são como são e foram como foram? (O que implica caracterizar o que é uma mensagem jornalística - uma *notícia*, no sentido estratégico do termo - e estudar, por exemplo, como os meios, os resultados dos estudos de audiências, os jornalistas e as organizações noticiosas enformam e constroem as mensagens jornalísticas.)
2. Quais os efeitos das mensagens jornalísticas, difundidas por determinados meios, sobre as pessoas, a sociedade e a cultura e vice-versa? (O que implica analisar a influência recíproca entre o jornalismo e o seu ecossistema, de onde brotam, por exemplo, as teorias sobre os efeitos da comunicação social.)

Para se responder a essas duas grandes questões, os autores que desenvolveram Estudos Jornalísticos recorreram a recorrem a diversos métodos (empíricos, experimentais, reflexivos, macro-observações, micro-observações, etc.). As Ciências da Comunicação contemporâneas caracterizam-se, precisamente, por possibilitarem a *co-ocorrência* e a *concorrência* de vários métodos e técnicas de pesquisa. Há também várias tendências para o estudo do jornalismo: umas privilegiam o *caso*; outras privilegiam o *geral*. Uma sustentam-se numa única perspectiva (a da linguística, a da psicologia, a da sociologia, etc.); outras privilegiam o cruzamento de várias perspectivas para o entendimento dos fenómenos jornalísticos (por exemplo, cruzar a sociologia com a linguística). Alguns autores procuram construir uma teoria unificada do

---

<sup>2</sup> Recorde-se que o Modelo de Lasswell não integrava o conceito de *feedback* nem o de *recuperação* (conservação de mensagens através de dispositivos como arquivos, CD's, etc.).

jornalismo, enquanto outros se empenham em mostrar que existem *teorias* do jornalismo, visões alternativas supostamente irreconciliáveis. Em consequência, o desenvolvimento de um campo científico como o dos Estudos Jornalísticos tem de ser visto, conforme notou Thomas Khun (1962), como o resultado de um processo social em que vários pesquisadores, isoladamente ou em grupo, competem pela primazia das suas teorias e metodologias.

## 2 A génese do campo científico dos Estudos Jornalísticos

Se excluirmos as críticas dos pensadores romanos (como Séneca) aos conteúdos das *Actas Diurnas* ou as advertências medievais às notícias que atentavam contra a religião ou o sistema, pode dizer-se que a pesquisa e reflexão sobre o jornalismo começaram no século XVII. No século em que o jornalismo entrava de rompante na vida pública, é natural que alguns intelectuais, políticos e académicos tenham reparado no fenómeno e considerado que merecia estudo e reflexão. Isso aconteceu, em particular, na Alemanha e no Reino Unido, pois, como Thomas Kuhn (1962) advertiu, o trabalho intelectual é uma actividade humana situada num espaço e tempo específicos. Recorde-se que os primeiros diários<sup>3</sup>, como o *Leipziger Zeitung*, apareceram, por volta de 1660, na actual Alemanha, especialmente em Leipzig, e que foi no Reino Unido que primeiro se debateu e assegurou o princípio da liberdade formal de imprensa.

Provavelmente não chegaram até nós todas as obras do século XVII em que se reflectiu sobre o jornalismo emergente e a sua articulação com a sociedade, os estados, a religião e os valores, mas temos conhecimento de um número suficiente de trabalhos que permitem localizar nesse século o nascimento dos Estudos Jornalísticos.

Uma das primeiras tentativas de definir o que são o jornalismo e as notícias, seu produto, datará de 1629, ano em que o académico alemão Christophorus Besoldus tentou caracterizá-las sob o ponto de vista jurídico, na sua obra *Thesaurus Practicus*. Foi nela que pela primeira vez

---

<sup>3</sup> Outros autores identificam a existência de *avisos* diários em Praga, já em 1609 (Alcade, 1981: 9).

se usou a expressão "Neue Zeitungen" ("periódico de novidades") para referir os jornais (Kurth, 1944; Casasús e Ladevéze, 1991: 52). A associação da ideia de jornalismo ao aparecimento *periódico* de notícias é um contributo relevante para o entendimento do jornalismo.

Em 1630, o jurista Ahasver Fritsch (*cit. in* Kurth, 1944) abordou a problemática do uso e abuso nas notícias no livro *Discursus de Novellarum Quas Vocant Neue Zeitung Hodierno Uso et Abusu*. Adoptou, então, se recorrermos à contemporânea metáfora de Umberto Eco, um discurso mais apocalíptico que integrado em relação aos efeitos alegadamente perversos do jornalismo, tendo aconselhado as pessoas a não crer em tudo o que liam. Pela primeira vez, foi esboçada uma crítica ao jornalismo nascente.

Em 1644, em Inglaterra, John Milton fez, no quadro de uma reflexão humanista e cristã, o primeiro discurso moderno a favor da liberdade de imprensa (*Aeropagítica*), considerando que havia vantagens em que os cidadãos pudessem editar e tivessem acesso aos jornais (bem como aos livros). A discussão sobre a liberdade e a responsabilidade individual e, por consequência, sobre a liberdade de imprensa seria retomada vezes sem conta até à actualidade, como fez Thomas Hobbes, no livro *Leviathan* (1651).

Em 1685, Christian Weise (*cit. in* Kurth, 1944) publicou, em Leipzig, a primeira análise de conteúdo da história sobre jornais, neste caso sobre os periódicos surgidos na Alemanha entre 1660 e 1676, intitulada *Nucleus novellarum ab anno 1660 usque 1676*, apêndice do livro *Schediasma Curiosum de Lectione Novellarum* (parece ter sido também publicada autonomamente em 1676). No texto, Weise assumiu uma visão mais integrada do que apocalíptica e mostrou acreditar no valor formativo, informativo, utilitário e pedagógico do jornal diário.

Também na Alemanha do século XVII, apareceram reflexões sobre o papel do jornal desenvolvidas por Kaspar Von Stieler, Daniel Hartnack, Joham Peter von Ludewig e Adam Rechenberg. São pequenos ensaios, que nem sempre têm como referente central a imprensa, mas nos quais os autores reflectem sobre aspectos tão diversos como se a leitura de periódicos noticiosos é agradável ou desagradável (e o que se deveria fazer para a tornar agradável), se essa leitura é boa ou má para as pessoas, a sociedade e os costumes, e ainda sobre a natureza das notícias, etc. (Kurth, 1944).

John Locke, na obra *Ensaio Sobre o Governo Civil*, de 1690, teoriza, igualmente, sobre o papel da imprensa livre numa sociedade democrática e liberal. Nesse mesmo ano, foi apresentada na Universidade de Leipzig a primeira tese de doutoramento sobre jornalismo, por Tobias Peucer, orientado por Adam Rechenberg. Embora não tenha tido a repercussão das ideias de John Milton, John Locke ou Thomas Hobbes, provavelmente por não estar escrita em inglês nem ter sido apresentada numa universidade anglófona, essa tese inaugura, simbolicamente, a história das Ciências da Comunicação e representa, simultaneamente, a consagração académica do jornalismo como objecto de estudo.

As circunstâncias sociais em que se desenvolveu o jornalismo europeu entre o século XVIII e a maior parte do século XIX permitiram o triunfo do jornalismo de ideias, que se centrava no artigo persuasivo. Assim, a pesquisa e reflexão sobre jornalismo no século XVIII e a maior parte do século XIX cingiu-se:

1. À *retórica* e, por outro lado,
2. À *teorização sobre a liberdade de imprensa, sua natureza e os seus limites*, conforme foi apontado pelo britânico John Milton, entre outros, devido à importância da imprensa quer na democracia quer nos autoritarismos, num mundo em mudança (Iluminismo; Reforma e Contra-Reforma; a Razão e a Experimentação contra os dogmas; erupção do Liberalismo, etc.).

A *Enciclopédia* de D'Alambert e Diderot ia um pouco mais longe, pois nos seus esforços de categorizar racionalmente o conhecimento incluía verbetes<sup>4</sup> sobre:

- a) Comunicação (no qual se enfatiza a ideia de comunidade);
- b) Gazeta (Verbetes da autoria de Voltaire, em que *gazeta* surge como sinónimo de “relato de acontecimentos públicos” e explica-se que a denominação decorre da moera

---

<sup>4</sup> Sobre os verbetes relacionados com a comunicação na *Enciclopédia*, consultar o texto de Antônio Hohlfeldt (2007) intitulado “O projecto da enciclopédia e seus desdobramentos sobre a liberdade de imprensa”.

veneziana de idêntico nome. Descreve-se a história do jornal. Regista-se ainda a existência de gazetas que funcionam como guias para os acontecimentos sociais e culturais previstos para a semana seguinte.);

c) Imprensa (No qual se defende a liberdade de se imprimir, vista como tendo mais vantagens do que inconvenientes, mas onde também se alerta para os efeitos perniciosos que o seu abuso pode detonar.)<sup>5</sup>;

d) Jornal (Onde se alude ao papel dos periódicos na transmissão de notícias e no registo diário e memorialístico das novidades.)<sup>6</sup>;

e) Jornalista (Descrito com um *autor* que regista e critica as novidades em vários domínios e que “não fará nada jamais se os outros repousarem”. Diz-se, também, no verbete que um jornal deve ser obra de uma “sociedade de sábios”.);

f) Opinião (Inserido no espaço da *Enciclopédia* dedicado à Lógica, da autoria de d’Alambert, o verbete classificava a *opinião* como uma *crença* que, ao contrário da ciência, pressupõe *dúvida*.)<sup>7</sup>

A *crítica ao jornalismo* e as *teorias sobre ética jornalística* emergiram das discussões sobre a liberdade de imprensa e os seus eventuais limites. De facto, as primeiras críticas aos *media* surgiram no quadro de

---

<sup>5</sup> Uma versão subsequente de *Enciclopédia*, publicada em 1839, já considerava a imprensa como “o eco prolongado da palavra humana (...) a tribuna ampliada, ou melhor, é a extensão do fórum até os limites do mundo civilizado. (...) Esse instrumento de publicidade universal é uma das causas mais ativas das diferenças profundas que separam o mundo moderno do antigo” (*cit. in* Höhfeldt, 2007).

<sup>6</sup> Na *Enciclopédia* de 1839, jornal já aparece como “publicação diária” (ver: Höhfeldt, 2007).

<sup>7</sup> No verbete citado por Höhfeldt (2007) da *Enciclopédia* de 1839 a *opinião* é classificada como “expressão”, “sentimento de uma pessoa”. Nessa mesma entrada classifica-se a *opinião pública* como sendo a opinião mais difundida num determinado contexto nacional ou internacional, tendo uma grande importância para a governação e sendo capaz de fazer ou destruir reputações. Mais se escreve no verbete que “A opinião é particularmente poderosa nos países de publicidade, onde é fácil constituí-la. Enfim, ela será mais ou menos depurada segundo o grau de civilização difundido em cada país.” (*cit. in* Höhfeldt, 2007).

reflexões sobre o que os jornais podem e devem dizer, conforme ficou bem documentado na tese de Peucer (1690), mas também no quadro de reflexões sobre a *verdade* no jornalismo, como acontece no libelo acusatório de Luís Marinho Azevedo (1644) contra as gazetas espanholas que, em seu entender, teriam faltado à verdade nos relatos que fizeram de uma batalha travada contra as tropas portuguesas.

A crítica ao jornalismo, por vezes, era feroz. Voltaire (*cit. in* Salgado, 1945: 62) acusou os jornalistas de serem “canalhas da literatura”. O enciclopedista Diderot (*cit. in* Salgado, 1945: 62) afirmou que os jornais eram “o pasto dos ignorantes, o recurso dos que julgam sem ler, obras efémeras, sem mérito e sem utilidade, cuja leitura só serve para dar às mulheres e aos tolos vaidade sem instrução”.

Ao discorrerem sobre os limites da liberdade de imprensa, os autores depressa chegaram à discussão sobre a *ética jornalística*, conforme também se nota, desde logo, na pioneira tese de Peucer (1690).

É de dizer que a liberdade de imprensa foi uma questão delicada durante os três séculos (XVII, XVIII e XIX) que assistiram à violenta desagregação do Antigo Regime, ao triunfo das Luzes e da Razão e à expansão das democracias liberais. Em Portugal, são relevantes os debates sobre liberdade de imprensa que ocorreram no Parlamento saído da Revolução Liberal de 1820 (veja-se, nomeadamente, Dias, 1966), bem como os escritos do prolixo pró-absolutista José Agostinho de Macedo, como o célebre *Exorcismos Contra Periódicos e Outros Malefícios* (1821), de título eloquente, ou, do lado oposto, o de Pedro Cavroé (*Resposta ao Papel Intitulado Exorcismos Contra Periódicos e Outros Malefícios Com o Responso de Santo António Contra a Descoberta da Malignidade dos Aleijões Solapados*, 1821). Entre os teóricos da liberdade de imprensa do século XIX deve salientar-se, como veremos mais detalhadamente adiante, John Stuart Mill (1859), um filósofo para quem a liberdade, incluindo, naturalmente, a liberdade de imprensa, é o mais precioso dos direitos humanos.

Há que salientar, porém, que autores como Tocqueville, para quem a liberdade de imprensa é um tema central, começaram a estudar a interacção entre jornalismo, democracia e progresso humano, criando pontes para uma outra forma de encarar o estudo da imprensa e do jornalismo que se desenvolveu no século XIX e princípios do século XX: *a imprensa como instituição social*. Esta nova perspectiva de estudo do

jornalismo foi trazida para a Academia graças, entre outros, a autores como Marx, Weber, Schäffle, Bücher, Knies, Tönnies, Tarde, Sumner, Ross, Small, Vincent, Park e Gröth, cujas obras aqui são abordadas, mas também a outros, como Erich Everth, que escreveu vários livros sobre o estudo do jornalismo nas universidades<sup>8</sup>, Hans Amadeus Münster e Walter Schöne<sup>9</sup>, que escreveram sobre a ciência jornalística e as bibliotecas, e James Bryce<sup>10</sup>, que escreveu sobre a opinião pública norte-americana. José Marques de Melo (1970: 90-91) relembra, ainda, os investigadores alemães Benzenberg e Krug (que publicaram numa obra intitulada *Der Brockhauss* estudos sobre a influência da imprensa sobre a opinião pública nas sociedades contemporâneas).

É de salientar, também, que nos séculos XVII, XVIII e XIX a formação teórica dos jornalistas europeus assentava muito na retórica, como o comprova a tese pioneira de Tobias Peucer (1690). Essa formação, em muitos casos adquirida por processos auto-educativos e não nas Universidades, versava a proficiência retórica quer ao nível do relato de notícias (muitas vezes equiparadas ao acto de fazer história por um historiógrafo) quer ao nível da persuasão. Como dizem Casasús e Ladevéze (1991: 40-42), eram, assim, consultados manuais como *Filosofia de la Elocuencia* (1777, Antonio de Capmany), o *Lectures on Rhetoric and Belles Lettres* (1783, Hugh Blair), *Les Belles Artes* (Charles Batteux, tradução espanhola de 1798) e *Compendio de Retórica* (1817, Miguel García de la Madrid), entre outros, como veremos mais pormenorizadamente adiante.

O estudo dos *media*, em particular da imprensa, como **instituição social** só se desencadeou com o surgimento e desenvolvimento das ci-

---

<sup>8</sup> EVERTH, E. *Das Studium der Zeitungskunde an der Universität Leipzig*. Leipzig: A Lorenz, 1928/1933; EVERTH, E. *Zeitungskunde und Universität*. Jena: G Fischer, 1927.

<sup>9</sup> MÜNSTER, H. A. e SCHÖNE, W. *Zeitung Wissenschaft und Deutsche Bibliotheken*. Leipzig: Hadl, 1938.

<sup>10</sup> Também surge com a grafia James Brice. Escreveu o livro *The American Commonwealth*, no qual procura descrever a sociedade norte-americana, 50 anos depois de Tocqueville. Arguto, tal como Tocqueville, Bryce atenta na influência da imprensa sobre a opinião pública. Ver: BRYCE, J. *The American Commonwealth*. 2nd edition. London and New York: Macmillan, 1891 (reeditado sucessivas vezes, a última das quais em 2007). Também escreveu um livro monumental sobre a democracia moderna, referido abaixo.

ências sociais, em particular a partir do último quartel do século XIX. Os estudiosos franceses (como Tarde) e, especialmente, alemães (Knies, Bücher...), que beneficiaram de toda a tradição aberta pelos pioneiros de Leipzig do século XVII, perceberam, nessa altura, que a sociedade contemporânea é diferente, pois a *divisão do trabalho* é diferente, e que, nesse quadro, *a imprensa é uma instituição social problemática*, cujo estudo não pode ser reduzido à retórica, à questão da liberdade de imprensa e ao seu papel para o progresso das sociedades e dos indivíduos. Como veremos, para os estudiosos alemães e franceses, haveria que perceber, por exemplo, a relação entre o estado, o poder e a imprensa numa sociedade capitalista (Marx...) e o papel do jornalismo na formação da opinião pública (Schäffle, Tarde...). Vários desses autores, como Knies, Schäffle e Bücher, argumentaram, genericamente, que a imprensa e os novos meios de comunicação criados pela Revolução Industrial teriam mesmo o poder de transformar a sociedade numa grande *comunidade*, pois seriam capazes de funcionar como força coesiva da sociedade, colocando as pessoas, ainda que afastadas, em contacto e promovendo a mútua compreensão e entendimento. Esta visão europeia continental foi, depois, exportada da Europa para os Estados Unidos, pois vários académicos americanos, como Robert Park, fizeram parte da sua formação na Europa e por sua vez influenciaram canadianos como Harold Innis, precursor de McLuhan. Acabou por ser nos Estados Unidos que a pesquisa sobre jornalismo enquanto instituição social mais floresceu, graças à pujança e empreendedorismo da Academia e da Sociedade desse país, justamente assente na ideia da força da iniciativa privada e do direito à prosperidade individual e à felicidade.

Em alguns casos, os autores europeus que primeiro reorientaram o estudo da comunicação social, incluindo o jornalismo, para o seu carácter *processual* e de *instituição social*, não estavam exclusivamente preocupados com os *media*. Os alemães Albert Schäffle, Karl Knies e Karl Bücher, por exemplo, desenvolveram as suas ideias, no decurso do século XIX, num quadro macro-sociológico. Para eles, a comunicação integra-se no contexto social e, particularmente, no contexto económico. *A comunicação social e os media são, assim, vistos como mais uma realidade social, em particular económica e política, que contribui para o todo social.* Aliás, alguns sociólogos norte-americanos, como Albion Small, Edward A. Ross e William Graham Summer, apre-

sentam ideias coincidentes com as dos teóricos alemães no que respeita ao estudo da comunicação social como instituição social, mesmo que aplicadas ao contexto particular dos Estados Unidos, o que sugere um intenso intercâmbio de ideias entre os dois lados do Atlântico. No entanto, na Europa a pesquisa e reflexão foram-se progressivamente orientando para a esfera crítica (em particular, a partir do início do século XX, para a *crítica do jornalismo num sistema capitalista*). Por exemplo, a imprensa foi acusada de ser corruptora dos costumes, da moral e do bem-estar da sociedade por vários pensadores e literatos europeus do final do século XVIII e do século XIX, como Lasalle, Goethe, Schelling, Fichte e Hegel (*cit. in* Hardt, 1979: 67).

De qualquer modo, quer na Europa quer nos Estados Unidos foi-se inculcando, ao longo do século XIX e princípios do século XX, a visão de que os *media* são instituições sociais. Assim, os *media* podem ser estudados sob perspectivas **sociais (económicas e políticas), ideológicas e culturais**.

As guerras e as perseguições políticas e raciais que ensanguentaram o Velho Continente na primeira metade do século XX, e em particular o nazismo alemão, reforçaram indirectamente a globalização das perspectivas europeias, graças à emigração para os Estados Unidos de figuras como Adorno, Horkheimer e Lowenthal, que nesse grande país tiveram a oportunidade de beneficiar da atmosfera de cordialidade e liberdade académica e política que nos respectivos países natais era cerceada.

Assim, embora tenha sido na Europa que primeiro se desenvolveu o estudo sociológico e sociológico-filosófico do jornalismo e dos *media*, assistiu-se a uma gradual exportação do conceito para os Estados Unidos. Todavia, enquanto nos Estados Unidos, sobretudo a partir dos anos Trinta e Quarenta do século XX, a pesquisa e a reflexão se foram desenvolvendo numa perspectiva empírica e “neutra”, que se orientou, em especial, para os efeitos da comunicação mediática (graças a pesquisadores como Lazarsfeld, Hovland e Lasswell), na Europa tornou-se mais relevante a crítica aos *media*, conduzida por autores como Adorno e Horkheimer, pioneiros da Escola de Frankfurt. Contudo, a concepção empírica da pesquisa norte-americana também foi exportada para o continente europeu, gerando o campo miscigenado das Ciências da Comunicação como hoje o concebemos: interdisciplinar, permitindo a ocorrência e concorrência de métodos diferenciados para o estudo dos

fenómenos comunicativos, sendo alguns desses métodos mais situados numa esfera que poderíamos classificar de “científica” (empírica e experimental) e outros que se aproximam da filosofia. Aliás, o regresso à Europa de pensadores como Adorno, após o final da II Guerra Mundial, graças à derrota do nazi-fascismo, contribuiu para essa “concorrência”, ou “*co-ocorrência*”, de métodos para os estudos comunicacionais. Adorno (*cit. in Jay, 1973: 346*), por exemplo, começou a usar inquéritos empíricos e sugeriu que se poderiam seguir os exemplos da pesquisa empírica norte-americana, tendo mesmo insinuado implicitamente, no final da sua vida, que conceitos como o de indústria cultural<sup>11</sup>, considerada anteriormente por ele e Horkheimer como uma indústria de manipulação da consciência e do pensamento, precisavam de ser aprimorados, quando reconheceu, por exemplo, que a televisão alemã não tinha conseguido manipular as consciências do povo alemão (*vd. Jay, 1973*).

Há que dizer, porém, que Adorno não se manifestou totalmente convencido das potencialidades dos métodos empíricos, em particular se usados fora de um quadro teórico abrangente (e que, segundo ele, seria providenciado pela teoria crítica). Ele advertiu, por exemplo, para os riscos de se confundir a pesquisa sociológica empírica com um espelho mágico da sociedade capaz de prever astrologicamente o futuro e de “medir a cultura (*cit. in Jay, 1973: 251*). Os métodos dialécticos, reflexivos e de “macro-observação” da sociologia-filosofia frankfurtiana continuaram, assim, a ser usados pela segunda geração de frankfurtianos, como Habermas. Aliás, mesmo os racionalistas críticos, como Karl Popper, de algum modo, chegam igualmente à conclusão de que os métodos empíricos se devem integrar nos grandes quadros teóricos, como pretendia Adorno (*Hardt, 1979: 29*).

Se o Interaccionismo Simbólico marcou a pesquisa norte-americana do final do século XIX e princípios do século XX, a psicologia e a psicossociologia empíricas moldaram o desenvolvimento da pesquisa americana sobre comunicação nos anos Trinta e Quarenta do século XX. Assim, os fenómenos comunicativos, incluindo os jornalísticos, tenderam, nos EUA, nessas duas décadas, a ser essencialmente estudados

---

<sup>11</sup> Quando nos referimos a “indústria cultural”, no decorrer deste texto, não nos pretendemos inserir nas correntes da Escola de Frankfurt, mas tão só usar um sinónimo de indústria de produção de conteúdos, numa perspectiva o mais neutral possível.

na perspectiva *causa - efeito*, empregando-se métodos empíricos que se baseiam na obtenção e tratamento de dados quantitativos, à luz de modelos funcionalistas, como o de Lasswell<sup>12</sup>, que identificam e acentuam o papel específico e seccionado de vários elementos do processo comunicativo: os *emissores* (como os jornalistas e os órgãos de comunicação), as *mensagens* (como as notícias), os *meios*, os *receptores* e os *efeitos* das mensagens nestes últimos.

Aplicado aos estudos jornalísticos, o Funcionalismo, nas suas dimensões sociológica, psicossociológica e antropológica, postula a ideia de que o sistema social gera relações estáveis entre os seus elementos individuais, pelo que os meios de comunicação são encarados como “fontes de informação sobre o estado corrente de intercâmbio de informação no seio desse sistema” e elementos que contribuem para a manutenção desse mesmo sistema e para a estabilidade social (Hardt, 1979: 28). Segundo Hardt (1979: 29), as mudanças sociais súbitas e profundas são vistas [pelo funcionalismo] apenas como meros “desvios”, “variações” e “disfunções”.

Em todo o caso, quer numa perspectiva crítica, quer numa perspectiva mais neutra e empírica de explicação dos fenómenos sociais e psicossociais, da obra dos pensadores da comunicação pioneiros emerge a ideia de que é preciso compreender a comunicação, incluindo o jornalismo, como o *processo social* que baseia a interação entre os indivíduos e permite o desenvolvimento das instituições sociais. É o que veremos pela exposição dos contributos individuais de alguns dos primeiros teóricos que reflectiram sobre o jornalismo e as relações que este estabelece com a sociedade, alguns deles injustamente esquecidos, tal é o tom actual com que desenvolvem o seu pensamento. Aliás, como

---

<sup>12</sup> Recorde-se que Lasswell propôs a ideia de que para se estudar a comunicação tem de se atentar em cinco elementos: emissor, mensagem, receptor, meios usados para veicular a mensagem e efeitos desta última nos receptores. O modelo identifica, em consequência, cinco áreas-chave para os estudos mediáticos: estudos sobre emissores, estudos sobre as mensagens, estudos sobre receptores e audiência, estudos sobre os meios e estudo sobre os efeitos. As críticas ao modelo prendem-se, sobretudo, com a linearidade (não foi formulado o conceito de feedback) e com o seccionamento de um processo global, o da comunicação. Ao contrário de outras visões funcionalistas, como o modelo do processo de comunicação em uma ou múltiplas etapas e o modelo das múltiplas mediações, o modelo de Lasswell insinua, na nossa interpretação, que a comunicação mediática pode ter efeitos *directos* e *poderosos* sobre os receptores.

veremos também, muitas das preocupações actuais sobre o jornalismo e as suas interacções com a sociedade resultam, nitidamente, desses questionamentos primordiais.

Foi ao longo do século XIX, em especial no último quartel deste século, e da primeira metade do século XX que a pesquisa e a reflexão sobre o jornalismo se tornaram sistemáticas e foram absorvidas pelas ciências humanas e sociais nascentes, procurando responder aos problemas levantado pela industrialização e popularização da imprensa. São vários os “pais fundadores” dos Estudos Jornalísticos dessa época. Filósofos como Karl Marx, sociólogos como Tarde ou Max Weber e politólogos como Tocqueville, entre outros, deram um contributo relevante para o desenho da reflexão e pesquisa contemporâneas sobre jornalismo.

A investigação sistemática sobre o jornalismo intensificou-se no período subsequente à Primeira Guerra Mundial, conflito durante o qual os governos dos estados beligerantes tiveram uma atitude censória e propagandística. A reflexão sobre essa situação e sobre as complicitades entre a imprensa e o poder terá impulsionado, então, os primeiros estudos sistemáticos sobre jornalismo e sociedade.

É de registar que a construção do conhecimento jornalístico ao longo do século XIX e princípios do século XX decorre muito da figura de cada *autor*, razão pela qual neste texto se insistirá nos contributos pessoais ao património dos estudos jornalísticos. Além disso, como é óbvio, o estudo e a reflexão sobre jornalismo nessa época dizia essencialmente respeito aos *jornais* e ao seu papel social, circunstância que também afectou o conteúdo deste texto.

## 2.1 A primeira tese doutoral sobre jornalismo: Tobias Peucer, 1690, Alemanha<sup>13</sup>

Quando, em 1690, o alemão Tobias Peucer, um erudito de Görlitz<sup>14</sup> que tinha estudado teologia e medicina, apresentou, na Universidade de Leipzig, Alemanha, a sua tese doutoral sobre as *relações e relatos*

<sup>13</sup> A versão original do texto a seguir apresentado foi publicada na revista científica *Estudos de Jornalismo e Mídia*, da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

<sup>14</sup> Peucer foi discípulo do professor Christophorus Funcci, no Gymnasium de Görlitz, uma pequena cidade incorporada na Boémia desde 1368 mas que, em 1635, pela Paz de Praga, passou a depender do eleitor da Saxónia.

*de novidades*<sup>15</sup>, diríamos hoje sobre jornais e notícias, ou seja, sobre jornalismo, este chegava, pela primeira vez, à Universidade como objecto de estudo doutoral, o que evidencia a importância e o impacto da actividade jornalística na sociedade europeia do século XVII<sup>16</sup>.

Num tempo em que ainda não se falava nem de “jornalistas” nem de “jornalismo” mas em que a imprensa ganhava quotidianamente enorme importância, a tese de Peucer foi o primeiro trabalho académico sobre as notícias sujeito a arbitragem (defesa e avaliação pelos pares), razão pela qual se pode considerar Peucer o progenitor não apenas dos Estudos Jornalísticos como hoje os concebemos, mas também das Ciências da Comunicação.

Peucer debruçou-se sobre os relatos e relações de novidades (*De Relationibus Novellis*), ou seja, de notícias, ignorando o jornalismo literário e de ideias. Há, assim, um tom de contemporaneidade no entendimento peuceriano do jornalismo. Peucer valoriza e aborda essencialmente a vertente informativa dos jornais que relatam acontecimentos, contam novidades, em suma, dão notícias, percebendo, claramente, que a comunicação jornalística, embora possa ter outras finalidades, serve, essencialmente, para *informar*. Esta percepção das qualidades do trabalho de Peucer é, de resto, corroborada por Casasús e Ladevéze (1991: 47).

São várias as preocupações denotadas por Peucer na sua tese. Em primeiro lugar, temos o **conceito de notícia** (ou seja, de *relato de novi-*

<sup>15</sup> Peucer denominou a sua tese “De Relationibus Novellis”, podendo a terminologia referir-se quer aos periódicos e folhas volantes da época no seu conjunto quer às notícias em si, os relatos (“relationes”) de “novas comunicações” (“novellae”), ou seja, de novidades ou notícias. A sua tese foi orientada pelo Professor Adam Rechenberg.

<sup>16</sup> O impacto dos autores da Escola Alemã de pensamento jornalístico do século XVII repercutiu-se no século XX graças a vários autores do campo da Periodística, como Otto Gröth e Emil Dovifat, mas também, entre outros, aos seguintes teóricos, citados por Casasús e Ladevéze (1991: 50): Walter Hagemann (Die rede als gegenstand der forschung, *Publizistik*, ano 2, caderno 2, Março-Abril de 1957, pp. 67-73); Heinz Epping (Die N. S.-Rethorik als Politisches Kampf-un Führungsmittel, tese de doutoramento apresentada em Munique, em 1966); Michael Schmolke (Reden und redner vor der Rieghspräsidentenchaftswahlen im Jahre 1932, *Pulizistik*, ano 4, caderno 2, Março-Abril de 1959, pp. 97-117 e Adolph Kolping als Publizist, Munique, 1966). Há que dizer que vários autores espanhóis contemporâneos, como os próprios Casasús e Ladevéze (1991), mas também Faus (1966), Casasús (1988) e Benito (1973) sofrem a influência da Periodística alemã nas suas obras.

dades). A definição peuceriana de “notícia” é essencialmente descritiva, mas também actual e universal. Para o autor: 1) Pode haver *notícias sobre tudo*, mas cada uma delas refere-se a um facto singular; 2) As notícias referem-se a *acontecimentos actuais*, constituindo a respectiva memória; 3) As notícias trazem *novidades*, são mesmo sinónimo de novidades (*novellae*), são relatos de novidades. Peucer destacou, ainda, que as notícias são o resultado de uma *selecção* de acordo com a *actualidade, importância, utilidade e interesse* dos acontecimentos (o que remete para os conceitos bem contemporâneos de *gatekeeping* e de *crítérios de noticiabilidade*). Aliás, a questão da noticiabilidade, aspecto central da Teoria do Jornalismo contemporânea, é central na tese de Peucer, sendo que ele explica que são vários os factores que levam um facto a tornar-se notícia, como, para além dos já explicitados (*actualidade, importância, utilidade, interesse*), o *insólito*, a *referência a pessoas de elite*, o *interesse cívico*, a *negatividade* e a *variedade temática do noticiário*.

Para Peucer, o “jornalista”, ao publicar notícias, é responsável pela **inclusão ou exclusão de alguns acontecimentos na história**, questão central para autores contemporâneos como Nora (1977; 1983). Aliás, no trabalho de Peucer “jornalismo” e história são, de certa forma, sinónimos. Mas, para Peucer, os jornais são uma “história desordenada” (os jornais desse tempo publicavam as mais diversas notícias umas a seguir às outras sem qualquer separador), constituída por uma miscelânea de assuntos, muitos deles mais curiosos do que importantes, e elaborada por pessoas mal preparadas, embora a ambição do “jornalista” devesse ser, segundo Peucer, a de escrever a história universal, ordenada.

Peucer observa, apesar de tudo, que vários **constrangimentos** à produção de notícias podem ocorrer, tal e qual como é proposto pela Teoria do Jornalismo contemporânea, contribuindo para que o jornalista produza a tal “história desordenada”. Assim, ele chama a atenção para factores de constrangimento à elaboração de notícias, como as *condições pessoais*, incluindo a capacidade de *juízo noticioso* (*news judgement*), o *factor tempo*, a *força do mercado*, a *dependência das fontes* (Peucer aconselha a contrastá-las), as *sanções e ameaças de sanções* e a *censura prévia*, comum no século XVII.

Outro elemento central da tese de Peucer, e que muito contribui para lhe dar um tom contemporâneo, é a atenção dada aos efeitos do “jorna-

lismo”. De algum modo, Peucer dá pistas sobre o **efeito de agendamento** (*agenda-setting*), pois admite que os jornais fornecem assuntos às conversas; sobre o **efeito de distanciamento social** (*knowledge gap*) e de modelação social do conhecimento, pois, para Peucer, os jornais são mais úteis a quem já sabe mais; e ainda sobre a ideia dos **usos e gratificações**, já que ele salienta que as pessoas consomem notícias voluntariamente para satisfazerem as suas necessidades e interesses e a sua curiosidade (ou seja, usam os jornais para se sentirem gratificadas).

Finalmente, Peucer também pode ser considerado o autor do **primeiro “manual” de jornalismo**, já que, na sua tese, tratou de dar vários conselhos práticos aos “jornalistas”. Ele defendeu, por exemplo, que a melhor a receita para narrar notícias é respeitar os *elementa narrationis*, ou seja, as regras que mandavam indicar na narrativa o sujeito, o objecto, o tempo, o lugar, a maneira e a causa, o que equivale, em linguagem actual, a referir-se “quem?”, “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “porquê?”. Em resumo, na sua tese Peucer demonstrou que nos relatos actuais de notícias se encontram estruturas importadas da retórica clássica da Antiga Roma e da Antiga Grécia - dito por outras palavras, a notícia pode ser uma reinvenção das formas de contar novidades dos antigos gregos e romanos, mas não é, seguramente, uma forma inteiramente nova de contar o que é novo, e muito menos uma invenção do jornalismo norte-americano.

Peucer aceitava que as notícias fossem estruturadas com base em vários *dispositio* (estruturas), como o *relato cronológico* (que, na visão de Peucer, pressupõe dar às coisas uma “ordem natural”) ou uma redacção “à medida do acontecimento”, enumerando sucessivamente os pontos que parecessem importantes de acordo com uma ordem que não atrapalhasse o raciocínio do leitor. O autor da primeira tese doutoral sobre jornalismo criticou, também, a intromissão do estilo pessoal no relato das notícias e preconizou que estas deveriam ser escritas com base num estilo que hoje denominaríamos *factual*, sem manifestações de erudição nem de vulgaridade.

A **ética “jornalística”** também não foi esquecida por Peucer, podendo, em grande medida, ser considerada uma emanção da técnica e das qualidades pessoais de cada “jornalista”. Para ele, as notícias devem ser “verdadeiras e úteis”, pelo que não devem versar irrelevâncias nem futilidades nem ser “envernizadas” ou “adornadas”. Neste âmbito,

Peucer pede aos “jornalistas” para serem cautelosos quando recorrem a fontes, sejam elas pessoas ou documentos, pois as fontes podem deturpar os factos, enganando “jornalistas” e leitores. Daí que Peucer defenda que o melhor é escrever-se sobre os acontecimentos que se testemunham directamente. Em resumo, Peucer faz uma profissão de fé em valores éticos intemporais do jornalismo, valores esses que, em última instância, lhe propiciam qualidade: *intenção de verdade*, para não enganar os leitores, até porque os jornais transmitem credibilidade; e *falar do que se deve, conhece e é útil* e não do desconhecido e das banalidades sensacionais, por vezes mentirosas ou exageradas, que as pessoas querem saber. A este propósito, Peucer socorre-se de Cícero, para exigir *imparcialidade* aos “jornalistas” e para lembrar que é preciso ter *coragem para dizer a verdade*.

Outra opção ética de Peucer assenta na ideia de que não deve ser publicada informação que “prejudique os bons costumes ou a verdadeira religião, tais como coisas obscenas, crimes cometidos de modo perverso, expressões ímpias dos homens”, pelo que o autor, dentro do espírito do seu tempo, admite a censura prévia das notícias<sup>17</sup>, ainda que, sobretudo, peça sobriedade e contenção na redacção.

## 2.2 Karl Marx (e Friedrich Engels)

Karl Marx, um dos primeiros filósofos-sociólogos<sup>18</sup>, expôs os conceitos em que se baseia a crítica marxista da comunicação - **classes sociais, dominação de classe, ideologia, dialéctica, estrutura(s)**. Quer tenham sido abordadas de forma pontual na obra de Marx, quer constituam um corolário lógico do pensamento marxista (Marx não fez qualquer análise sistemática do papel da imprensa), essas noções impuseram à crítica marxista da comunicação os referentes ideológicos que ainda hoje a orientam.

Na obra sobre *A Ideologia Alemã*, escrita em parceria com Engels, Marx explica que a linguagem é o mecanismo que permite o pensamento e a consciência. A consciência, para Marx, só pode ser exis-

<sup>17</sup> Isto mostra bem que não devemos julgar os nossos antepassados pelos mesmos valores que analisamos a sociedade actual.

<sup>18</sup> Autores que procuraram elaborar um sistema filosófico preocupado com explicações sobre o funcionamento da sociedade e, eventualmente, sua transformação.

tência consciente, sendo a existência do homem o processo pela qual a consciência existe. Porém, a produção mental é estrangida pelo contexto material e histórico que rodeia os indivíduos (que Marx vê como “homens activos”) e pelo seu comportamento material. O pensamento e, conseqüentemente, a consciência estão correlacionados com as diferentes linguagens do mundo real (da política, da lei, da moralidade, da religião, da metafísica...), por sua vez condicionadas pelas forças produtivas que historicamente estão por trás do desenvolvimento dessas linguagens. Assim, Marx sugere que o estudo da história e da sociedade tem de incluir o estudo da linguagem, ou seja, da comunicação, pois a linguagem é uma das determinantes da construção material da sociedade pelos seres humanos “activos”. Em consequência, é possível dizer que o pensamento marxista original vê na comunicação um elemento central para a socialização e integração dos indivíduos na sociedade (e para a formação da consciência de classe). É possível também explicitar que Marx não é estruturalista nem determinista ao ponto de encarar os indivíduos e a sua acção como mero produto do contexto, já que Marx explicita, na obra *A Ideologia Alemã*, que encara os indivíduos como “*homens activos*”, o que remete para a importância da *acção pessoal* na sociedade (de que ele próprio é um exemplo) e para a questão correlacionada do livre-arbítrio.

Para Marx, nas sociedades capitalistas a imprensa dominante está ao serviço da classe capitalista dominante (a burguesia), sendo um dos meios de dominação ideológica desta classe sobre o proletariado. No quadro ideológico estabelecido por Marx, os meios de comunicação burgueses, numa sociedade capitalista, são vistos como instrumentos que fazem sistematicamente o jogo da classe dominante. Assim, para Marx, a imprensa é essencialmente um meio de veiculação ideológica. No entanto, há que dizer que, para Marx, as ideias (superestrutura) não conseguem modificar, por si só, as relações sociais determinadas pelas ligações económicas (infraestrutura).

É de frisar que as ideias de Marx têm sido contraditas por vários estudos, que salientam o grau de autonomia dos jornalistas, os valores jornalísticos e a solidariedade jornalística, a rejeição colectiva de pressões e censura, as diferenças ideológicas entre profissionais e mesmo entre os proprietários dos *media* e ainda o facto de os *media* não se agruparem num monólito ideológico, pelo contrário. Aliás, conforme

o próprio Marx admitia, se a imprensa pode ser usada pela burguesia, também pode ser usada pelo proletariado na luta ideológica por uma sociedade sem classes (comunista).

O pensamento marxista serviu de base ao estruturalismo (Althusser...), ao pós-estruturalismo e a toda uma série de correntes críticas da comunicação<sup>19</sup>.

### 2.3 Alexis Tocqueville

Alexis Tocqueville é o grande estudioso da democracia no século XIX. No livro *De la Démocratie en Amérique, 1835-1840*, Tocqueville mostra que a democracia é um movimento contínuo de igualização dos direitos sociais e dos salários. Para ele, a imprensa tem um importante poder na democracia, exercendo três funções:

1. Garantir a liberdade, forçando os políticos a comparecer no "tribunal da opinião";
2. Sustentar e integrar a comunidade, dando-lhe referentes comuns;
3. Tornar possível e rápida uma acção concertada (por intermédio da imprensa, "os homens falam sem se ver e entendem-se sem estarem em contacto directo").

Para Tocqueville, a democracia pressupõe o fraccionamento das ideias (cada um pode ter e defender ideias próprias). Mas identifica-se, igualmente, uma tendência, por vezes perversa, para o conformismo, o que, em parte, se deve à igualização das condições de vida e à necessidade que os indivíduos denotam de se associarem às opiniões comuns. Segundo Tocqueville, a imprensa corresponde a esses impulsos, pois favorece determinadas opiniões e leva-as a triunfar mais rapidamente, promovendo a formação de consensos. A imprensa consegue, ainda, incentivar as acções de cidadania, ou seja, as acções comuns de cidadãos preocupados com determinadas questões, que se envolvem na vida política. Porém, a imprensa também pode ser perversa, ajudando a consolidar tiranias e mau gosto e fomentando a violência. Tocqueville foi,

---

<sup>19</sup> Há que salientar que nem toda a Teoria Crítica tem raízes marxistas. Vários outros autores do século XIX, como veremos, já faziam crítica ao jornalismo.

assim, um dos primeiros teóricos a mostrar como a imprensa influencia a opinião pública.

Alexis Tocqueville evidencia, também, que as diferenças registadas entre os conteúdos e formatos dos jornais de diferentes países (em concreto, os americanos e os franceses) se devem a factores económicos, culturais e políticos. Para ele, os jornais franceses seriam, à época, mais influentes do que os americanos porque dedicam pouco espaço à publicidade e centram a sua atenção na política.

Tocqueville formula, igualmente, uma dimensão ética para a imprensa em democracia. Em primeiro lugar, considera que a imprensa faz mais bem do que mal; em segundo lugar, considera que reduzir a imprensa ao silêncio não é solução; em terceiro lugar, considera que o único modo de diluir os efeitos perversos da imprensa é multiplicar o número de jornais no espaço público. Para ele, tal como Montesquieu já havia notado no século XVIII, o pluralismo (ausência de uniformidade de pontos de vista) é condição essencial para o sucesso e dinâmica da democracia.

Outro das ideias interessantes apresentadas por Tocqueville em *A Democracia na América* é a de que os jornais contribuem para a criação de laços entre pessoas que não se conhecem e, portanto, para a edificação de comunidades, pois oferecem simultaneamente a todas elas idênticos referentes sobre o mundo. Retroactivamente, esse fenómeno impõe o consumo de jornais, pois os indivíduos, em busca da integração social, precisam de ter referentes que permitam a interação discursiva com os demais. Ele diz, assim, que “os jornais fazem associações, mas as associações também fazem jornais”.

## 2.4 John Stuart Mill

Fundamentando-se em ideias anteriores, como as de John Locke, George Berkeley, David Hume e Jeremy Bentham, o filósofo britânico John Stuart Mill, um dos mais influentes do século XIX (1859), defendeu a liberdade de imprensa, no quadro de um sistema democrático e liberal, o que, aliás, adviria do facto de, para ele, a liberdade ser o mais importante dos direitos humanos.

Para Mill, a liberdade de imprensa é fundamental para assegurar a liberdade individual, o conhecimento e o bem-estar da humanidade.

Aliás, para John Stuart Mill, a imprensa emergente, enquanto instituição social, teria de se adaptar às condições do seu tempo e espaço para poder ser útil. No século XIX, marcado pela ascensão do liberalismo e pela expansão da democracia, a imprensa só seria útil sendo livre.

No seu livro *On Liberty*, Mill defende, ainda, que uma imprensa livre é uma das melhores garantias de segurança contra governos corruptos e tiranias. Para ele, mesmo nos regimes constitucionais e liberais os governos tentam controlar a expressão da opinião. No entanto, controlar a expressão da opinião é, segundo Mill, um roubo à própria humanidade. As tentativas de imposição de uma opinião a outrem só se justificam quando alguém está seguro de estar certo, mas mesmo isso não deve interferir com a liberdade de expressão, pois muitas vezes o que parece estar certo não está.

## 2.5 Karl Knies

Knies foi um pensador da área da economia política que reflectiu indirectamente sobre o papel da imprensa no quadro das transformações tecnológicas e económicas que a sociedade Oitocentista experimentava, em particular na obra *Der Telegraph als Verkehrsmittel - Mit Erörterungen über den Nachrichtenverkehr überhaupt* (1857). A sua explicação sobre a inserção do jornalismo na sociedade e a aparição de dispositivos tecnológicos de transporte de notícias e demais informações é, assim, fundamentalmente económica e sociológica. A ideia básica de Knies é a de que o jornalismo e os dispositivos tecnológicos que providenciam a transmissão de informação à distância, como o telégrafo, são *respostas sociais a necessidades humanas*.

A imprensa é, para Knies, um meio de transporte de informação através do espaço e do tempo, resultante das necessidades de contacto entre os seres humanos, que são seres sociais. A imprensa, coadjuvada pelo telégrafo, é, segundo o autor, um instrumento que elimina o isolamento das pessoas, dos centros urbanos e dos países.

Em conformidade com Knies, a imprensa responde a necessidades relacionadas com a *tomada de decisões* e com o *interesse dos indivíduos pelos assuntos públicos* nos países democráticos (Knies argumenta que as democracias só sobrevivem se os cidadãos se interessarem pelos assuntos públicos). Neste contexto, argumenta Knies, as notícias satis-

fazem *necessidades* quer das *fontes*, que querem comunicar algo, quer dos *receptores*, que querem inteirar-se de algo.

A imprensa, salienta também Knies, é ainda a *resposta à necessidade de os estados possuírem redes de transporte de informações e notícias capazes de ligar os vários centros da vida política, intelectual e cultural e de possibilitar a participação democrática dos cidadãos nos assuntos públicos*. Mais do que isso, em conformidade com esse autor alemão, o aumento do fluxo internacional de informações e notícias motivado pelo aparecimento e desenvolvimento da imprensa evidencia a interdependência entre os estados contemporâneos.

Knies assevera que as notícias, entendidas como comunicações de acontecimentos e ideias numa base diária (são “*efémeras*”), necessitam de ser transportadas mais velozmente do que as pessoas e estas mais velozmente do que as mercadorias. Por isso, o transporte de notícias implica o recurso a meios apropriados de transporte de informação, que o engenho humano foi inventando ao longo do tempo para responder a essas necessidades, como o telégrafo e os jornais. No entanto, a aparição, tiragem e circulação de jornais, por exemplo, dependem, segundo Knies, do grau de alfabetização das pessoas, das tradições culturais, da capacidade económica dos leitores, do sistema político, etc. Também dependem da capacidade dos empresários em diminuir os custos por exemplar de jornal, ao mesmo tempo que conseguem fazer com que cada jornal se sintonize editorialmente com determinado sector do público (Knies antecipa a ideia de *segmentação*) e oferecer um serviço noticioso melhor. Um serviço noticioso melhor, por seu turno, subordina-se a factores como a contratação de jornalistas especializados e com elevado grau de educação formal. *O surgimento e o desenvolvimento da imprensa vinculam-se, assim, ao contexto social e económico*. Provas disso residem, igualmente, segundo Knies, na pouca importância dada pelos pequenos jornais regionais e locais à informação internacional, contrabalançada pela grande atenção dada pelos jornais de circulação nacional e internacional às notícias do mundo, bem como nas mudanças que a imprensa sofreu ao longo do tempo, exemplificadas pela inserção de notícias económicas e da vida cultural e religiosa, de folhetins, etc., para responder aos desenvolvimentos dos gostos, preferências e necessidades dos leitores.

Segundo Knies, as notícias começaram por ser comunicadas pessoa

a pessoa (comunicação interpessoal), um método em que Knies ainda encontra vantagens quando é preciso que a informação gere decisões imediatas. Nesse caso, segundo Knies, emissor e receptor empenham-se numa negociação dialéctica do significado das notícias.

O emprego de mensageiros foi o método seguinte de transmissão de notícias, sendo menos rigoroso e pouco íntimo mas tendo a capacidade de vencer o espaço. A seguir vieram os métodos ópticos e sonoros, que permitem que as notícias sejam recebidas ao mesmo tempo por muitos indivíduos sem necessidade de contacto interpessoal (directo ou, no caso dos mensageiros, indirecto), desde que os receptores estejam ao alcance do sinal. Os métodos ópticos e sonoros de transmissão de notícias tiveram sucessor no telégrafo. A introdução da comunicação escrita trouxe a possibilidade da transmissão de notícias ser cometida a indivíduos menos qualificados, o que a tornou mais barata, sem perda de rigor e segurança. A imprensa permitiu a massificação da transmissão de notícias a baixo custo, o que facultou às notícias a possibilidade de chegarem a milhões de pessoas. O aumento constante das tiragens dos jornais, numa luta pela conquista de audiência, é, segundo Knies, um facto ilustrativo da busca de eficiência económica na transmissão de notícias, concretizado num serviço rápido, barato e performativo. E, segundo Knies, é importante que as notícias vençam o espaço (mais do que o tempo) e cheguem, efectivamente, a inúmeras pessoas, pois elas reportam uma miríade de acontecimentos de que as pessoas necessitam de saber e que afectam a vida dos indivíduos e das organizações, até porque também permitem a expressão de sentimentos: felicidade, dor, amor e ódio, etc. De qualquer modo, para Knies um dos principais efeitos das notícias é o de contribuírem para o processo de tomada de decisões por parte dos indivíduos.

Knies salienta que a importância dos sistemas de transmissão de notícias e informações aumenta com a sua utilização pública. Os sistemas privados são importantes apenas para grupos restritos de pessoas. Os públicos são importantes para todas as pessoas. No entanto, para todos beneficiarem com os sistemas de transmissão pública de notícias, é preciso, argumenta Knies, fomentar a educação formal e a literacia, quer a literacia básica da escrita e da leitura, quer a literacia técnica, o que antecipa a questão bem actual do analfabetismo funcional. Para ele,

há, inclusivamente, uma interdependência entre a prosperidade social e individual e o acesso a informação transmitida de forma barata.

Ao transformar-se num dos mais importantes negócios na sociedade, a imprensa, de acordo com Knies, permitiu o aparecimento e desenvolvimento de novas profissões, em particular a de jornalista. Os jornalistas, segundo Knies, obtêm parte das suas recompensas na satisfação de interesses pessoais, como saberem das coisas antes do público em geral, contactarem com pessoas ilustres e importantes, serem reconhecidos, terem sensação de poder e influência e terem recompensas intelectuais pelo produto que fabricam - as notícias.

Desempenhando a importante função de comunicar regularmente com as massas, para Knies os jornalistas têm de ser escolhidos entre as pessoas melhor educadas e com maior responsabilidade moral. Aliás, para ele a responsabilidade moral da imprensa tem de ser grande, em especial em ocasiões de instabilidade e mudança, pois, segundo o autor afirma, as opiniões dos indivíduos, nessas ocasiões, são mais vulneráveis à manipulação. O facto de a imprensa “de partido” ser preponderante no meio do século XIX (altura em que Knies escreveu a sua obra) tornava ainda mais importante, segundo Knies, a postura ética dos jornalistas, pois muitos leitores apenas consomem o jornal com que mais se identificam, o que dificulta o contraste de informações e potencia a manipulação, até porque, para o autor, *a imprensa tem um papel importante na política e no **aparecimento e disseminação de ideologias***.

São vários os elementos da teoria da comunicação e do jornalismo actual que Knies antecipa. Em primeiro lugar, podemos explicitar a ideia de que o jornalismo é, na sua essência, um **processo de selecção de informações por jornalistas no seio de organizações noticiosas, antecipando em um século o conceito de *gatekeeping***. Embora, para Knies, os jornais precisem de ir ao encontro dos interesses dos seus leitores, paradoxalmente a decisão final sobre qual é a informação que mais vai ao encontro desses interesses é dos jornalistas. No entanto, antecipando também outra ideia muito actual no campo da teoria do jornalismo, para Knies os jornalistas têm sempre a audiência na cabeça quando seleccionam, processam e enquadram as notícias, pois de algum modo precisam de ir ao encontro dos interesses, gostos e preferências dos leitores para que os jornais sejam comprados e lidos e, por arrasto, os jornalistas conservem os seus próprios empregos. Há assim uma

interdependência mútua e uma inter-influência entre jornais, jornalistas e leitores.

Knies escreve, também, que a observação da forma como os jornalistas seleccionam as notícias permite inferir qual a visão do mundo que esses profissionais querem dar ao leitor, numa espécie de *pré-anúncio das teorias da construção social da realidade*. No entanto, o autor reconhece proactividade aos leitores, pois explicita que estes são capazes de reconhecer as diferenças de enquadramento dos assuntos por parte dos diversos jornais, pelo que compram aqueles que são mais coincidentes com as suas próprias mundividências, necessidades e expectativas.

Um outro elemento da teoria da comunicação contemporânea, patente no modelo da dependência, que Knies antecipa, é a ideia de que quanto mais uma sociedade está sujeita à instabilidade e mudança, mais os indivíduos precisam de informação. Knies dá o exemplo da guerra, que aumenta significativamente os fluxos de informação, precisamente porque os indivíduos necessitam de notícias sobre o conflito. No entanto, para Knies a importância do jornalismo na sociedade e a sua dependência de interesses políticos e económicos (proprietários e anunciantes) são uma ameaça constante à liberdade de imprensa.

Knies antecipa, igualmente, uma ideia cara a Innis, McLuhan e demais pensadores da Escola de Toronto: a imprensa é uma das responsáveis pelo surgimento do conceito moderno de nação, pois é a transmissão de notícias sobre as diferentes comunidades de uma nação que contribui para as integrar no todo nacional. Aliás, Knies vai mais longe, apontando para a ideia macluhaniana de “aldeia global”, ao relembrar que o fluxo internacional de notícias mostra que os estados e as nações são interdependentes e não estão isolados do mundo. Um outro aspecto que aproxima Knies das teses da Escola de Toronto é a noção de que a necessidade de comunicar notícias e demais informações por escrito aumenta a burocratização administrativa dos estados e governos.

Knies relembra, ainda, que o estudo dos jornais e das notícias é crescentemente importante para as ciências históricas, o que acentua a necessidade de os jornalistas terem uma postura ética irrepreensível, a fim de evitarem falsificar a história.

Cumpre, finalmente, realçar que Knies destaca que a publicidade na imprensa é um dos motores da economia, já que incentiva o consumo e, portanto, a produção, e conseqüentemente o crescimento económico.

Neste quadro, compete ao anunciante escolher os meios mais apropriados para os seus anúncios, já que nem todos os meios chegam aos públicos que se pretendem atingir.

## 2.6 Albert Schäffle

Em pleno século XIX, Albert Schäffle, na obra *Bau und Leben des Sozialen Körpers* (1881), assume uma visão organicista da sociedade, na qual a imprensa funciona como o sistema nervoso. Considera, também, que a sociologia é a disciplina capaz de fazer uma completa descrição da realidade social. Para ele, é preciso compreender como o sistema social funciona organicamente na sua totalidade para se conseguirem explicar determinados fenómenos particulares, como os fenómenos políticos e económicos. As analogias que o autor estabelece entre fenómenos de natureza social e fenómenos biológicos (como a metáfora da imprensa como *sistema nervoso* da sociedade) geraram críticas nos seus detractores, que o acusaram de querer reduzir os complexos fenómenos sociais a factos biológicos.

Schäffle releva a importância da pessoa na sociedade e, em consequência, acentua a relevância da moral e da psicologia para a explicação das interacções humanas. Os indivíduos socializam-se, segundo o autor, porque necessitam de interagir para satisfazerem as suas necessidades materiais e realizarem as suas potencialidades como seres humanos.

Apesar de não ter formulado especificamente qualquer teoria da comunicação, Schäffle fez várias considerações sobre o papel da comunicação e, em consequência, sobre o papel do jornalismo, nas interacções humanas e no todo orgânico social. A analogia que emprega, como atrás se referiu, é a de **sistema nervoso**. Para Schäffle, *os indivíduos são como as células nervosas*, capazes de receber, incluir e disseminar informações, pois observam e reportam eventos, disseminam julgamentos de valor e participam nos processos de tomada de decisão para se realizarem plenamente como seres humanos, se socializarem e integrarem na sociedade. Assim, Schäffle sustenta que a linguagem é um pré-requisito para a participação dos indivíduos na sociedade e o instrumento que assegura a coesão social, resultando de um processo histórico que reflecte a necessidade de troca de ideias e informações.

A aprendizagem de línguas estrangeiras permite, ademais, uma ligação dos indivíduos ao mundo, a outras sociedades.

Sendo a sociedade vasta, os seres humanos necessitam de instituições capazes de disseminar por toda ela as ideias e informações (*símbolos*) produzidas pelos seres humanos. Assim, os seres humanos necessitam de dispositivos técnicos e instituições sociais, como os *media* e, por exemplo, as bibliotecas, para a tradução e disseminação dos símbolos que produzem. A dimensão intelectual total do organismo social depende dos esforços e da capacidade individual e multipolar de produzir bens intelectuais (símbolos), bem como dos esforços e da capacidade das instituições difusoras em difundirem os símbolos produzidos multipolarmente pelos indivíduos. Por isso, Schäffle emprega a metáfora dos *nervos*. *Os media (e restantes instâncias difusoras de símbolos) são os nervos da sociedade*. Ora, os nervos e as células são protegidos por mielina e inserem-se no corpo. Os indivíduos e os *media*, à semelhança do que ocorre nos organismos biológicos, também se correlacionam com o seu entorno, que lhes garante “protecção”, coesão e estabilidade. Releva-se, assim, a importância de factores externos, como os técnicos, os económicos e mesmo os humanos, para a sustentação do sistema de comunicação nas sociedades humanas (orgânicas). Schäffle dá o exemplo de uma biblioteca, que requer livros, catálogos e um edifício, mas também pessoal técnico, recursos financeiros e outros que a façam funcionar. Consequentemente, para Schäffle, os centros nervosos do sistema comunicacional, como os *media*, integram trabalhadores intelectuais profissionais e não profissionais, meios técnicos e outros recursos que garantem a sua sobrevivência e funcionamento estável.

A imprensa, a literatura e outros dispositivos, como as cartas ou mesmo o dinheiro, possuem, segundo Schäffle, uma enorme capacidade de produção, comunicação e consumo. A reprodução mecânica própria da imprensa, por exemplo, é eficaz, de alta qualidade e baixo preço. Assim, o sociólogo tem de reconhecer “o tremendo efeito da comunicação social e a crescente simplicidade dos seus meios”, ao mesmo tempo que o economista tem de reconhecer a importância da imprensa quer como corporação e instituição económica quer como instrumento de produção e troca dos bens simbólicos que dão coesão à sociedade.

Schäffle considera que cada indivíduo é receptor e emissor e está

inserido no corpo social por milhares de laços comunicacionais, sendo a imprensa um dos mais importantes desses laços, um autêntico “centro nervoso social”, capaz de ajudar a criar “comunidades de milhões”, um *meio de produção e consumo* simbólico e material. A imprensa, para ele, ao reproduzir uma grande variedade de bens simbólicos para benefício dos leitores é capaz de fornecer informações, suscitar sentimentos e ajudar os indivíduos a intervir socialmente e decidir, o que constitui uma espécie de antecipação da ideia dos usos e gratificações, reforçada pela convicção de que a relação custo-benefício das notícias está relacionada com o grau de satisfação pessoal que se obtém com o consumo das mesmas (os jornais não possuem apenas um valor material, mas também um valor simbólico). Os comportamentos, as atitudes, os gostos, os afectos, os pensamentos e mesmo o progresso da sociedade e dos indivíduos dependem, assim, em consonância com Schäffle, da contínua e crescente comunicação de ideias demandada pelas comunidades, ou seja, do crescente consumo de bens simbólicos, o que exige um contínuo desenvolvimento de novos media e de formas organizadas de comunicação em sociedade, como o sistema de meios de comunicação social, os correios ou o telégrafo.

Segundo se infere da obra de Schäffle, a imprensa é uma instituição que resulta da necessidade de se organizar a reprodução e o consumo massivo de símbolos de uma maneira economicamente viável, para benefício do público em geral e lucro dos investidores. Embora, para Schäffle, a criação de símbolos exija talento, além de uma educação superior que promova a capacidade intelectual, a reprodução de símbolos apenas exige uma educação formal, o que acentua a importância da formação técnica dos indivíduos ao nível da leitura e escrita. No entanto, a educação deve aumentar a capacidade dos indivíduos de produzirem e reproduzirem símbolos. Assim, tendo em conta a sua dimensão técnica e performativa, a escola possui igualmente uma dimensão económica.

Schäffle explicita que a armazenagem de símbolos é, no corpo orgânico da sociedade, da responsabilidade de bibliotecas, museus, universidades e outras instituições públicas, embora coadjuvadas por particulares. A armazenagem de símbolos, de acordo com o autor, permite a preservação das tradições, ideias e informações de geração em geração.

Outra das ideias caras a Schäffle, em concordância com outros autores do seu tempo, é a **dicotomia líder vs. massas**. Para o autor, o

organismo social deve ser coordenado a partir de centros de liderança intelectual e governação. As massas, segundo Schäffle, reagem passivamente à actividade dos líderes. A influência dos *media* jornalísticos na sociedade, revelada, por exemplo, na formação da **opinião pública**, é um dos sintomas desse fenómeno. Mas, para Schäffle, a capacidade de congregar muitos apoiantes depende da habilidade, competência e intensidade da liderança e da capacidade de persuasão através dos *mass media* que o líder revele. A dimensão crescente dos sistemas mediáticos amplifica a propaganda e a capacidade dos apelos às massas. No entanto, Schäffle está consciente de que a imprensa não é um monólito ideológico. Ele fala, por exemplo, da imprensa situacionista e da imprensa da oposição. Mas esta situação só revela, segundo o autor, o elevado grau de aperfeiçoamento das técnicas usadas pelos líderes em disputa para persuadir as massas a seguirem-nos.

Schäffle foi um dos primeiros autores a falar de uma **esfera pública** criada pela troca de símbolos pessoais e materiais no organismo social e que funciona como um **campo de batalha** para líderes e posições concorrentes (o que antecipa a ideia do campo mediático como **arena pública**). Para ele, a preservação da esfera pública é vital para o progresso da comunidade, pois quanto maior é a abertura da esfera pública à disseminação de ideias, maior é a produção, difusão e troca de bens simbólicos. A preservação de uma esfera pública aberta tem, assim, de ser assegurada por leis que imponham a liberdade de pensamento e expressão e a liberdade de imprensa, bem como o direito de petição ao governo. Schäffle assevera, no entanto, que mesmo que os jornais e sistemas de troca de informações fossem suprimidos, nunca se conseguiria eliminar a esfera pública, pois isso implicaria o desaparecimento da própria sociedade.

Schäffle também se debruça sobre o conceito de **opinião pública**, que, segundo ele, se consubstancia na reacção do público a ideias, decisões e sentimentos dos líderes. Contudo, para o autor nem sempre a opinião pública é uma reacção singular e unificada, podendo ser constituída por uma multiplicidade de reacções individuais. Ora, a imprensa diária é, para Schäffle, a mais poderosa instituição social para a transmissão de ideias entre os indivíduos e os seus líderes e para a estimulação e regulação diária da vida social. É ela que promove um turbilhão de ideias na sociedade contemporânea, ao cobrir a vida social. Por isso,

o autor argumenta que a imprensa diária é o instrumento decisivo para a criação, mudança e destruição de correntes de opinião, o que a torna no alvo principal dos partidos políticos em luta pelo poder. Ao determinar as correntes de opinião que permitem a governação, a imprensa diária de Oitocentos configura-se, assim, releva Schäffle, como o principal poder num estado.

De acordo com Schäffle, as organizações jornalísticas procuram quer ligações com o governo, os partidos políticos e as organizações sociais quer ligações com o público. Mas como a imprensa opera numa esfera competitiva, determinados segmentos de público e determinados líderes podem identificar-se mais com determinado jornal do que com outro, enquanto que determinados jornais podem ser mais sensíveis a determinados líderes do que a outros, o que pode contribuir para a perda da credibilidade da imprensa. Para conquistar o público, a imprensa - explica Schäffle - cobre eventos de massas, aproximando-se dos eventos em que a audiência está implicada. Os jornalistas, neste quadro, têm por funções primordiais transmitir a informação disponibilizada pelas suas fontes, das quais necessitam para fazer o seu trabalho, e dar liderança às massas através da publicação de informações e opiniões. No entanto, Schäffle sublinha que os jornalistas não são, habitualmente, autores de ideias criativas nem de opiniões políticas, antes são mediadores posicionados entre os líderes e as massas lideradas, ou seja, o público em geral.

Schäffle considera também que a imprensa do seu tempo (século XIX) se estava a deteriorar por causa da subjugação dos jornais a interesses económicos, acompanhando um quadro de degenerescência geral da sociedade, provocada pela sua organização crescentemente mecanicista e pouco natural. Por isso, Schäffle critica quer os líderes e o poder central, que abusam das facilidades de acesso à imprensa, quer o público, que aceita uma má imprensa, quer ainda os jornalistas, que não fazem uso de todas as suas capacidades intelectuais e invadem muitas vezes a esfera de privacidade dos cidadãos, e finalmente os proprietários, que só procuram o lucro, subvertendo a informação, e tentam controlar monopolisticamente a imprensa. Schäffle sugere, em suma, que a organização económica capitalista da sociedade favorece a degradação da imprensa e do trabalho jornalístico e mesmo dos jornalistas, que se degeneram intelectualmente para serem pouco mais do que escravos

intelectuais dos capitalistas. A solução, para Schäffle, passa por uma reforma da imprensa, no quadro de uma reforma económica geral, que assegure uma real liberdade de imprensa, afastando-a dos interesses dos capitalistas investidores, dos anunciantes e do poder central dos estados, o que só se conseguiria através da concessão dos jornais a empresas públicas não subordinadas ao poder central (solução que na Europa é protagonizada, actualmente, pelas empresas de televisão e rádio de serviço público).

## 2.7 Karl Bücher

Entre o último quartel do século XIX e o princípio do século XX, o teórico alemão Karl Bücher foi uma das mais influentes personalidades no estudo e no ensino do jornalismo. Ele foi, inclusivamente, o principal impulsionador da criação do *Institut für Zeitungskunde*, na Universidade de Leipzig (1916), a mesma onde, em 1690, Tobias Peucer apresentou a primeira tese doutoral sobre jornalismo. Previamente, chegou mesmo a oferecer um curso de jornalismo na Universidade de Basileia, no qual falava sobre a história, organização e estatísticas da imprensa (Hardt, 1979: 101). A este propósito, a base económica da formação de Bücher explica a sua crença nas estatísticas e no estudo estatístico do jornalismo. Para ele, um pesquisador de jornalismo tem de dominar a estatística e conhecer estatísticas. Similarmente, um jornalista também tem o dever de dominar a estatística e de conhecer as estatísticas sociais fundamentais, bem como as estatísticas sobre a sua própria profissão.

A postura de Bücher sobre a educação dos jornalistas releva o papel destes profissionais como moderadores do processo comunicativo e, simultaneamente, como participantes nesse processo, que serve as diversas instâncias sociais, em particular os líderes. Os jornalistas seriam, assim, socialmente tão importantes como os professores, os juristas e os médicos. Além disso, os jornalistas e editores, argumenta Bücher, são obrigados a desenvolver diariamente julgamentos noticiosos, pelo que os estados têm o dever de providenciar fundos públicos para a educação universitária desses profissionais.

Tendo grande influência sobre a vida intelectual das pessoas, os jornalistas devem, segundo Bücher, ser sujeitos a formação superior. A educação universitária dos jornalistas, de acordo com Bücher, deve ser

multifacetada, mas também providenciar especializações. Por isso, o curso de jornalismo instituído por Bücher na Universidade de Leipzig permitia especializações em jornalismo político, jornalismo económico e jornalismo literário (Hardt, 1979: 101) e o seu currículo incluía, segundo Hardt (1979: 120-121), as seguintes disciplinas:

- História;
- Economia política;
- Estatísticas (sociais e históricas, demografia, etc.);
- Geografia (especialmente política e económica);
- Administração;
- Política e governo;
- Jurisprudência;
- Introdução ao trabalho dos editores de política (disciplina técnica);
- Estilo e técnica do folhetim;
- Jornalismo económico (disciplina técnica);
- Delegações locais e provinciais de jornais (disciplina técnica);
- Produção jornalística e contabilidade (disciplina sobre empresas jornalísticas);
- Legislação sobre imprensa, direitos de autor, legislação económica e outra legislação que afecta a empresa jornalística.

Os alunos deviam, ainda, escolher, optativamente, disciplinas de filosofia, literatura e antropologia, de acordo com os seus interesses. No final do seu curso de três anos, os alunos eram estimulados a obter o grau de doutor, prosseguindo estudos numa das áreas disciplinares da Faculdade de Filosofia da Universidade de Leipzig.

Uma das ideias interessantes de Bücher reside na visibilidade dos jornalistas. Para ele, o anonimato<sup>20</sup> desmoraliza, desresponsabiliza e desmotiva os jornalistas, promovendo a falta de ética e a sua subserviência aos poderes, à empresa e às entidades que publicitam nos jornais, enquanto a assinatura moraliza, motiva e responsabiliza, intensificando a autonomia dos jornalistas face aos poderes e o desenvolvimento de uma postura ética. Consequentemente, Bücher clama por mais textos e imagens assinados na imprensa.

Em livros como *Die Deutsch Tagespresse und die Kritik* (1915) ou *Unsere Sache und die Tagespresse* (1915) ou ainda *Zur Frage der Presseform* (1922), Bücher teoriza sobre o jornalismo partindo da ideia de que a comunicação se tornou crescentemente importante nas sociedades ocidentais desenvolvidas, sendo um dos factores que contribui para o constante progresso e crescimento económico dessas sociedades, baseadas na *troca* de produtos e serviços. Para Bücher, o estado e a iniciativa privada instituíram, ao longo da história, sistemas comunicativos capazes de promover a eficiência e a eficácia do sistema político-económico e conectar os membros e instituições da sociedade, sendo o jornalismo uma das expressões desse sistema (desde as *Actas Diurnas*), a par de dispositivos como os correios, o telégrafo ou os caminhos-de-ferro. Por isso, o estudo do jornalismo, explica Bücher, deve ser feito na óptica da história e das ciências sociais (em particular sociologia e economia política). Além disso, diz o teórico, o jornalismo, enquanto objecto de estudo, deve ser encarado como uma instituição social. Segundo Bücher, o conhecimento estatístico e económico do jornalismo, nesse quadro, é fundamental. Por exemplo, em conformidade com esse autor

---

<sup>20</sup> A questão do anonimato dos jornalistas foi uma das linhas de debate crítico sobre o jornalismo no século XIX. Casasús e Ladevéze (1991: 77) citam mesmo um trabalho de 1855, da autoria do britânico G. Binner Dibblee, intitulado “Anonymous Journalism”, para exemplificarem quão antiga é essa questão. Dibblee era favorável à assinatura, tal como o foram filósofos como Schopenhauer (*cit. in* Casasús e Ladevéze, 1991: 78) e ensaístas como o italiano Sciopio Sighele (*cit. in* Casasús e Ladevéze, 1991: 78), mas Marx (*cit. in* Casasús e Ladevéze, 1991: 78), por exemplo, era contra, tendo deixado escrito o seguinte manifesto: “o anonimato não só faz mais independente e mais livre o jornalista, como também ao público, pois este deixa de ver a pessoa que fala para ver somente a ideia que essa pessoa sustém.” Marx, porém, como se depreende das suas palavras, referia-se ao jornalismo ideológico e partidário e não ao jornalismo informativo.

alemão, um jornal só vinga quando um número suficientemente grande de leitores garante as vendas do número de exemplares necessário à sua sobrevivência.

Em conformidade com Bücher, o jornalismo é uma forma de comunicação pública, distinguindo-se dos dispositivos privados de comunicação, como as cartas. Os jornais pressupõem, assim, a existência de *interesse comum* sobre os assuntos públicos por parte dos cidadãos, base para a fundação de uma *comunidade*.

O estudo histórico da imprensa demonstra, de acordo com Bücher, a crescente complexidade do sistema jornalístico, o que vai gerando novas soluções de organização do trabalho. Por exemplo, a aparição das agências de notícias, para o autor, demonstra uma reorganização do sistema jornalístico para fazer face ao aumento do interesse pelo que se passa no mundo e ao incremento dos fluxos internacionais de informação.

A complexificação do jornalismo também tornou crescentemente exigente o ofício de editor, em particular desde a aparição da “imprensa de partido”. Isto ocorreu, argumenta Bücher, porque o editor precisou de passar a estar concentrado não apenas na produção de notícias e na venda de jornais, mas também nos diversificados julgamentos noticiosos que precisa de fazer para *seleccionar* notícias (função que na actualidade designaríamos por *gatekeeping*), que condicionam as notícias e ajudam a modelar a opinião pública (e a *agenda pública*, diríamos hoje). A intensificação da luta política e o aparecimento dos partidos políticos, porém, tornou os leitores politicamente mais conscientes e obrigou os jornais a orientarem-se para os desejos dos leitores, até porque, segundo Bücher, os jornais só sobrevivem se tiverem um número de leitores suficientemente elevado para garantir estabilidade nas vendas e proventos maiores do que os custos. Assim, segundo Bücher, os desejos dos leitores são o principal determinante do conteúdo dos jornais, embora os editores, na selecção que fazem, também tenham de ter em consideração os interesses dos proprietários (que frequentemente coincidem com os do público, já que vender mais significa ter mais lucros). No entanto, a crescente inclusão de anúncios publicitários nos jornais trouxe um novo problema, já que os jornais vendem a sua audiência aos anunciantes, uma ideia que Smythe recuperará na segunda metade do século XX para a economia política da comunicação.

Bücher relembra que o público foi aderindo crescentemente aos jornais noticiosos, afastando-se dos jornais políticos, ao longo do século XIX e até ao início do século XX. A necessidade crescente de notícias para publicação permitiu o aparecimento e crescente influência das agências noticiosas. Ora, o controlo que as agências noticiosas detêm sobre os fluxos de informação leva a que os conteúdos dos jornais de todo o mundo sejam similares e se consumam, portanto, as mesmas notícias. A defesa contra esse fenómeno reside, de acordo com Bücher, no aumento da produção própria de cada jornal, garantida e credibilizada pela assinatura de um jornalista (com formação universitária específica em jornalismo) nas matérias que elabore.

Para Bücher, a ampliação dos assuntos cobertos pela imprensa a toda a esfera da vida social, ocorrida ao longo do século XIX, aumentou a tiragem e a circulação de jornais, sustentadas pelo aparecimento e aperfeiçoamento de novos dispositivos técnicos, e aumentou também a captação de publicidade. Porém, o êxito de um jornal é, segundo Bücher, uma faca de dois gumes, pois o sucesso atrai sobre os jornais tentativas de controlo, quer político, quer económico. No entanto, para Bücher, as novas tecnologias da informação que surgem constantemente contribuem para impedir a formação de oligarquias sustentadas pela imprensa.

Apesar de ser essencialmente um negócio, para Bücher a imprensa não é um negócio tão “neutro” quanto outros, havendo a ponderar aspectos positivos e negativos na relação entre o jornalismo e a sociedade. Segundo o autor, o principal aspecto positivo do jornalismo reside na enorme capacidade que denota de promover a cultura, a educação e formação contínuas, e o desenvolvimento social e económico, aproximando pessoas e países graças à faculdade de tornar ideias e acontecimentos em referências e experiências partilhadas. Os jornais, explica ainda o autor, organizam a informação de forma inteligível, contribuem para uma actualização constante do conhecimento sobre o mundo e providenciam elementos susceptíveis de permitir a participação das pessoas nos processos de tomada de decisão, sendo importante a diversidade de temas cobertos para se assegurar uma compreensão mais vasta da realidade. Bücher refere, ainda, a função historiográfica da imprensa, aconselhando os estados a conservarem e copiarem colecções completas de jornais.

O autor sustenta, por outro lado, que um dos aspectos negativos do jornalismo foi ter afastado as pessoas dos livros, pois os jornais tornaram-se no único instrumento informativo e formativo que algumas pessoas consomem. Todavia, o principal aspecto negativo do jornalismo, segundo Bücher, reside na capacidade que este tem de, por vezes, liderar mal a opinião pública e de a manipular.

Para explicar esse fenómeno, é preciso destacar, previamente, que Bücher vê na imprensa um dispositivo de opinião pública, capaz de colectar e amplificar as ideias formuladas pelas pessoas. A maior ou menor capacidade de representar essas ideias, que existem na sociedade independentemente da imprensa, contribui para ditar o sucesso ou insucesso de um jornal. Contudo, o autor explica, igualmente, que a imprensa também pode liderar a formação de correntes de opinião entre o público, sendo que, segundo Bücher, a estabilidade do sistema político, social e económico depende mesmo da capacidade que a imprensa denota de atingir repetidamente as pessoas com as mesmas mensagens<sup>21</sup>. As pessoas, porém, são diferentes, havendo pessoas e grupos mais susceptíveis de serem influenciados pela comunicação social do que outros. Porém, na acelerada sociedade contemporânea todos padecem do crónico problema da *falta de tempo*. Assim, para Bücher, as pessoas, sem tempo para reflectirem criticamente sobre as mensagens repetitivas que recebem e consomem, podem começar a ver os pontos de vista explícitos na imprensa como reflexos das suas próprias ideias sobre o mundo. Segundo esse pensador alemão, os níveis cada vez mais elevados de educação e a crescente difusão de conhecimentos não impedem que isso aconteça, precisamente por causa da falta de tempo das pessoas para reflectirem criticamente sobre as mensagens jornalísticas. Os políticos, segundo Bücher, cedo perceberam as potencialidades de manipulação da formação de correntes de opinião recorrendo à imprensa jornalística, usando cada vez mais serviços profissionais de assessoria para análise da imprensa e influência sobre a mesma. Neste campo, Bücher chama a

---

<sup>21</sup> Relembre-se, como se notou anteriormente, que Bücher considerava que as pessoas tinham aderido aos jornais noticiosos em detrimento dos jornais políticos. Tendo aumentado a necessidade de fornecimento de notícias, surgiram as agências noticiosas, que matavam a sede de notícias manifestada pelos jornais. As agências noticiosas, porém, cedo se guindaram a uma posição de controlo dos fluxos de informação, o que teve por consequência que as pessoas, um pouco por toda a parte, passaram a consumir as mesmas notícias, ou seja, a receber as mesmas mensagens.

atenção para o instrumento demagógico, por vezes notório na imprensa, que consiste em apresentar opiniões e interesses individuais como sendo as opiniões e interesses de todas as pessoas. Em consequência, a imprensa, ao apresentar repetitiva e exclusivamente um único ponto de vista sobre um assunto, pode liderar a formação de correntes de opinião que exacerbem ódios e rivalidades e promovam a desconfiança. O controlo dos fluxos de informação pelas agências noticiosas internacionais agudiza o problema, deslocando-o mesmo para o campo das relações entre países.

Embora reconhecendo a capital importância da publicidade para a manutenção dos jornais e revistas, Bücher não deixa de reflectir sobre o facto paradoxal de a imprensa perseguir teoricamente o interesse público na informação e o interesse privado na publicidade. Assim, para o autor, embora sejam normalmente as notícias a levar o público a ler jornais e, conseqüentemente, a consumir as mensagens publicitárias que neles são publicados, os conteúdos noticiosos só são publicados quando não interferem com os interesses comerciais da empresa. Conseqüentemente, esse pensador alemão chegou a admitir a eventual nacionalização da imprensa e a exigir o controlo sobre ela, propondo ainda a criação de jornais comunitários susceptíveis de escoar a publicidade.

Bücher deixou vários discípulos, como Erich Everth e Hans Amandus Münster, e a sua obra ecoou através deles.

## 2.8 Gabriel Tarde

Gabriel Tarde é um sociólogo francês do final do século XIX cujo pensamento brilhante tem sido recuperado para o património das Ciências da Comunicação, tendo estado na génese da microsociologia francesa e influenciado directamente a obra de autores como o norte-americano Robert Park.

Tarde expõe no livro *L'Opinion et la Foule* (1901) que a imprensa não tem uma influência directa e autoritária sobre as pessoas e a sociedade. Ao contrário de alguns dos seus compatriotas, como Gustave Le Bon, que viam a influência irracional das massas em todo o lado, Tarde manifestou a convicção de que o público é activo e, de certa forma, “extraído” da multidão por acção da imprensa, pois a leitura de jornais, segundo Tarde, dá às pessoas uma oportunidade para reflexão. É dessa

reflexão e também da conversação que as pessoas mantêm a partir da leitura da imprensa que se cria o público, por oposição à multidão (ou “massa”). O público é, assim, encarado como racional, opondo-se à irracionalidade, associada ao conceito de multidão. A imprensa, para Tarde, alimenta a conversação que torna possível a democracia e a acção cívica.

A imprensa, para Tarde, é ainda o factor que tornou possível às pessoas, mesmo que geograficamente dispersas, conhecerem as mesmas notícias e debruçarem-se sobre os mesmos assuntos ao mesmo tempo. Segundo Tarde, os jornais fornecem às pessoas uma espécie de menu de assuntos e perspectivas sobre a realidade, que animam as conversas (em linguagem actual, corresponderia à função de *agenda-setting*). Ou seja, os meios de comunicação impõem aos discursos e às conversas a maior parte dos seus temas quotidianos. Mas essas conversas têm lugar desde tempos indefinidos, ou, por outras palavras, situam-se sempre a montante da acção dos jornais. Os jornais apenas alimentam a conversação pública que une e integra indivíduos e grupos na sociedade. Aliás, para Tarde, é a conversação que está na origem das opiniões individuais, pois a comunicação face-a-face é, para ele, a mais poderosa. Na sua perspectiva, as opiniões individuais agrupam-se em opiniões sociais, que conduzem às acções sociais dos grupos organizados, devido à acção agregadora de determinados indivíduos, que, além de liderarem esses processos, medeiam a acção da imprensa (hoje daríamos o nome de *líderes de opinião* a esses indivíduos e ao reconhecimento do seu papel na mediação das mensagens mediáticas daríamos o nome de *fluxo de comunicação em duas etapas*). Em suma, para Tarde, as opiniões constroem-se no processo comunicacional alimentado pela imprensa e, por vezes, mediado por “líderes de opinião”. O poder da imprensa é, argumenta Tarde, o poder de tornar possível a diversificação dos pontos de vista.

Deve dizer-se, porém, que Tarde, por influência de Tocqueville, também estava consciente de que a imprensa pode, em determinadas circunstâncias, intensificar as emoções das pessoas, tornando-as em algo mais parecido com multidões irracionais do que com públicos racionais.

Tarde também atribui à imprensa o papel de garante da liberdade parlamentar. Considera, ainda, que a imprensa tem um papel importante na formação de comunidades e dos Estados-Nação.

## 2.9 Ferdinand Tönnies

Ferdinand Tönnies foi um dos autores que entre o final do século XIX e no primeiro terço do século XX defenderam a concepção organicista da sociedade, anteriormente desenvolvidas por Albert Schäffle e Herbert Spencer. Para ele, a história da humanidade é, assim, uma história da evolução de um organismo, que conduziu a humanidade das pequenas comunidades às sociedades, da cultura à civilização. A imprensa aparece como uma iniciativa capitalista que se transformou numa força produtiva, neste caso de produção de notícias com determinados conteúdos sócio-culturais. Nesse quadro evolutivo, a imprensa, disseminando determinados signos de cooperação, pode promover a abertura dos estados e, em última análise, favorecer a criação de uma república mundial sem violência, dirigida pelos pensadores e sábios, onde os grupos veriam a sua identidade comunitária reforçada devido a essa mesma imprensa. Aliás, para Tönnies o signo da autoridade estaria a ser substituídos, no seio da opinião pública, pelas ideias da cooperação e da troca, em grande medida graças à imprensa, que permite a comunicação “de estranho para estranho”.

Para Tönnies, os fenómenos sociais são produtos do pensamento e da vontade dos homens. Assim, o conhecimento é baseado na experiência da realidade, sendo expresso e comunicado através da linguagem, vista como “fixação da memória”. Os signos permanecem individuais antes de serem partilhados, pelo que só uma sociedade produz signos sociais, incluindo símbolos. A imprensa, para Tönnies, é fundamental nesse processo, transportando signos de dominação e de servidão, de autoridade e de obediência, de obrigações e de proibições, de direitos e de deveres, de convenções e excentricidades, etc. Assim, a imprensa, ao propagar signos na sociedade, ajuda a condicionar e preservar o que acontece e o que não acontece no domínio social. Neste sentido, a imprensa condiciona e formata a liberdade humana e o Estado serve-se disso para dominar a formação de correntes de opinião. Portanto, para o autor é graças à difusão de signos de hierarquia, domínio e autoridade, em grande medida através da imprensa, que os estados se constroem e mantêm. A opinião pública pode ser vista, assim, como uma espécie de *fé dominante*, cujo desenvolvimento (por seu turno dependente do desenvolvimento do sistema comunicacional) a pode trans-

formar em algo parecido com uma *religião mundial*, no sentido de ser um *consciência universal*.

Os contributos mais importantes de Ferdinand Tönnies para o desenvolvimento dos estudos jornalísticos talvez se relacionem, em particular, com as relações entre a imprensa e a opinião pública, abordadas em textos como *Reform der Presse* (1925), no qual colhe a influência directa de Bauer (1872; 1914), um dos principais teóricos alemães da opinião pública.

Segundo o autor, que viveu a ascensão de Hitler e dos nazis ao poder na Alemanha, a opinião pública está relacionada com o pensamento e vontade dos homens, podendo unir internamente a sociedade e dar-lhe forças, mas também podendo marginalizar, reprimir ou mesmo suprimir as pessoas com ideias diferentes. Ele diz, também, que as decisões políticas são tomadas com base no reconhecimento de signos emanados da opinião pública, nomeadamente através da imprensa, mas muitas vezes a avaliação da opinião pública é errada, pois a imprensa pode transmitir ideias erróneas sobre o estado da opinião pública num determinado momento (grosso modo, a opinião publicada pode não coincidir com as correntes de opinião pública<sup>22</sup>). Por vezes, porém, segundo Tönnies, a opinião pública pode coincidir com a opinião publicada, em ocasiões em que existe um unanimismo ou um quase-unanimismo latente a propósito de determinados assuntos (neste ponto, Tönnies antecipa o conceito de *hegemonia* de Gramsci). Aliás, segundo o autor, há vários tipos de opinião pública: (1) a opinião pública *sólida*, que se prende com o acordo geral em relação às formas de organização das sociedades modernas e que influencia significativamente o curso das coisas e na governação; (2) a opinião pública *fluida*, relacionada com as reacções quotidianas à realidade experimentada e que resulta em opiniões sobre assuntos como o crime, o trabalho, a prostituição, etc., que fica num estágio intermédio quanto à influência sobre o curso das coisas e da governação; e finalmente (3) a opinião pública *efémera*, instável e superficial, que resulta da atenção concedida momentaneamente a um assunto, como ao espectáculo ou à moda do momento e que tem pouca

---

<sup>22</sup> O mesmo juízo emana das obras de vários teóricos da mesma época, como James Bryce (1921, vol. 1: 155), autor de uma monumental obra sobre as democracias modernas, na qual ele explicitamente sustenta que os índices de circulação dos jornais não são um indicador da adesão às opiniões defendidas em cada um deles.

influência no curso das coisas e na governação. O grau de solidez da opinião pública, que depende, em grande medida, da acção da imprensa e, portanto, da acção e vontade dos jornalistas, determina o seu grau de unanimidade. Para complexificar o problema, para Tönnies a opinião pública tende a confundir-se com a opinião minoritária das pessoas mais esclarecidas e educadas, expressa significativamente nos jornais e desvinculada da maioria, apesar de cada vez mais pessoas se educarem e ganharem consciência política, juntando as suas vozes à das elites. Dada a evolução da sociedade, a imprensa, reflectindo pontos de vista associados essencialmente às elites, tende a defender ideias liberais. A importância histórica da imprensa, para Tönnies, foi mesmo ter permitido a proliferação das ideias liberais, face às ideias ultra-conservadoras e imobilistas do Antigo Regime.

Nos seus estudos sobre a imprensa, Tönnies prestou particular atenção às notícias de economia e de política, que considerou interdependentes, dadas as relações entre os políticos e os detentores do poder económico, até porque, crescentemente, a política é cada vez mais economia. Para ele, os jornais, porém, apenas disseminam as notícias que escapam voluntária ou involuntariamente ao secretismo, podendo, ainda, disseminar notícias falsas com objectivos propagandísticos e de manipulação dos diferentes estados de opinião pública ou mesmo da governação, já que, em última instância, avalia-se a opinião pública através do que é reportado na imprensa. Consequentemente, a vida dos jornais e dos jornalistas não é fácil, submetidos que estão aos interesses dos leitores e das entidades que neles publicitam, dos proprietários e da empresa, podendo ter que privilegiar determinado tipo de interesses num determinado momento. Os jornais, enquanto meio indispensável para a expressão de opiniões individuais ou colectivas e, portanto, para as actividades políticas e de propaganda, devem, logicamente, para Tönnies, estar sob constante escrutínio público, até porque os governos e partidos tentam muitas vezes converter as suas opiniões em opinião pública.

Tal como outros autores alemães, de que Karl Bücher é exemplo, Tönnies reflectiu, ainda, sobre o anonimato dos produtores de notícias. Para Ferdinand Tönnies, a falta de assinatura nas notícias gera significativamente a ideia de que os jornalistas são factuais e objectivos na apresentação da informação. Tönnies foi, portanto, um dos primeiros pensadores a reflectir sobre a natureza da objectividade jornalística.

Tönnies chamou a atenção, igualmente, para o facto de a actividade das agências de notícias tender a uniformizar os conteúdos dos jornais.

Conta Hardt (1979: 155) que num congresso da Associação Alemã de Sociologia Tönnies defendeu que a imprensa deveria ser estudada essencial, mas não unicamente, sob a perspectiva da sociologia, negando, logo, que cada nova área de investigação académica, como o jornalismo, merecesse o estabelecimento de uma ciência em particular, como defendia a Periodística de Otto Groth e Emil Dovifat.

## 2.10 Max Weber

Max Weber foi um dos pais da sociologia que entre o final do século XIX e o início do século XX apoiou a ideia de que a imprensa deveria ser estudada enquanto instituição social. Weber teve a vantagem de se ter engajado na actividade jornalística para prosseguir uma acção política reformista, o que lhe permitiu conhecer o jornalismo por dentro, ou pelo menos a elite jornalística que compunha a redacção do *Frankfurter Zeitung* em que ele trabalhou. Assim, esse sociólogo pôde apreciar o processo de produção jornalística e avaliar a maneira como os jornalistas bem preparados e com elevados níveis de educação formal influenciavam a opinião pública. No entanto, numa altura em que só lentamente o jornalismo se começava a configurar como profissão técnica, os jornalistas com que ele mais contactou, e cuja acção observou, eram mais aspirantes a políticos do que profissionais da informação, o que impossibilita fazer-se uma extrapolação para a actualidade das ideias de Weber sobre os jornalistas. De facto, Weber vê no jornalista mais um político, ou um aspirante a líder político, do que um profissional que domina determinados conhecimentos técnicos e competências. Assim, a ideia weberiana de imprensa “de elite” corresponde mais a uma imprensa política, persuasiva, do que a uma imprensa essencialmente informativa, por muito que ele atribua aos jornais e revistas uma grande capacidade de funcionarem como fontes de informação de notícias e opiniões.

Para Max Weber, os principais poderes do jornalismo são a sua contribuição para a formação de correntes de opinião pública e a sua função como cimento das massas. Ele via esse papel como algo positivo para a mudança social e política. Aliás, Weber não via com bons olhos a formação dos primeiros oligopólios mediáticos dos finais do século XIX e

princípios do século XX, como o de Lord Northcliffe, que acusava, precisamente, de serem politicamente indiferentes, na sua ânsia de captar publicidade e aumentar os lucros. Ou seja, segundo Weber as grandes empresas jornalísticas, na sociedade capitalista, não usam o seu poder de influência da opinião pública para intervir positivamente no curso das coisas, antes têm como meta única o lucro, o que determina uma atitude de “indiferença política” que raia a desresponsabilização para com a sociedade. Vivendo num período histórico em que apareciam os grandes jornais populares, segundo Weber essa atitude empresarial de “desresponsabilização política” promove o sensacionalismo jornalístico, já que é este que aumenta as vendas. Max Weber diz ainda que o anonimato dos autores das notícias na imprensa sensacionalista e unicamente orientada para o lucro contribui para essa “desresponsabilização política” dos jornais populares. O sociólogo propõe, assim, que a ética jornalística tem de ser uma ética da responsabilidade, de visibilidade, uma ética de compromisso com a política.

Em 1910, Max Weber apresentou no I Congresso Sociológico, em Frankfurt, um pequeno texto com aquelas que ele considerava serem as matrizes fundamentais para um projecto de estudo sociológico e empírico da imprensa<sup>23</sup>, que o próprio Weber se propunha liderar. Esse texto abre pistas para a pesquisa comunicacional sociológica, explicando que **o estudo da imprensa**, enquanto **instituição social**, deve atender ao **contexto** (político, económico...) dos *media*, designadamente ao facto de a empresa jornalística ser uma **empresa capitalista**, embora o negócio jornalístico seja um negócio diferente de todos os outros, dado o papel dos jornais face às pessoas e à cultura. São, assim, duas as grandes linhas de pesquisa da imprensa como instituição social que se podem inferir do texto de Weber: (1) estudo da **organização jornalística (a empresa jornalística) e do negócio jornalístico**; e (2) **análise dos conteúdos jornalísticos, em particular da opinião jornalística, e dos seus efeitos**. Esses dois grandes campos para os estudos sociológicos sobre jornalismo estão, porém, associados, pois infere-se também das palavras de Weber que a forma como a organização jornalística se

<sup>23</sup> O texto completo encontra-se em Hardt, 1979: 174-182. Também se encontra publicado na revista *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 2, n.º 1, pp. 13-22, editada pelo programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina.

estrutura e os moldes em que se desenvolve o negócio jornalístico influenciam o conteúdo e, em particular, a “opinião” do jornal (o que inclui os “enquadramentos” sugeridos para os assuntos).

No que respeita à **análise da organização noticiosa e do negócio jornalístico**, Weber explica que se devem estudar objectos como os seguintes: (1) **propriedade** (das empresas mediáticas); (2) **necessidade de capital e formas de obtenção de capital** nas empresas mediáticas; (3) os **custos de produção dos jornais**; (4) o **processo de obtenção, processamento e difusão de informações** (englobando itens como: (a) o estudo das agências de notícias enquanto produtoras e distribuidoras de notícias; (b) a produção de *features* e secções especiais; (c) a produção de notícias políticas e partidárias; (d) a publicação de notas oficiais e oficiosas; (e) a origem, custo e natureza das notícias económicas; (f) a organização interna da redacção; (g) a divisão de trabalho no seio da redacção; (h) o papel dos editoriais; (i) as formas de distribuição; (j) as edições diárias e a captação e venda de publicidade; e (k) o “Americanismo” na imprensa, ou seja, a tendência para a supremacia do negócio sobre os conteúdos e para a formação de monopólios e os seus efeitos sobre a imprensa independente e a imprensa de partido na Alemanha); (5) as **receitas das empresas**; (6) a **situação de uns jornais perante os outros, nomeadamente as situações de competição, complementaridade e monopólio**; (7) o **entendimento da profissão de jornalista, o perfil dos jornalistas de uma empresa e a correlação entre essas variáveis e o jornalismo praticado**; e (8) o **perfil dos outros funcionários da empresa jornalística e sua influência sobre a forma de fazer as coisas na organização noticiosa**.

Já no que se prende com o estudo dos **conteúdos jornalísticos e seus efeitos**, nomeadamente com o estudo da **opinião jornalística** (que, como dissemos, era significativamente relevante nos jornais alemães do século XIX e início do século XX, numa tradição de profundidade e rigor que vem da filosofia – recordem-se Marx, Nietzsche, Kant... – e das ciências sociais alemães e que ainda hoje tem ecos em jornais como o *Frankfurter Allgemeine Zeitung*), Weber preconiza que a pesquisa se oriente para variáveis como as seguintes: (1) a **produção de opinião** (englobando itens como (a) o colectivismo e o individualismo da criação de conteúdos; (b) o grau de autonomia do jornal e as razões para esse grau de autonomia; (c) os efeitos da autonomia sobre a produção

de opinião; (d) a modelação dos conteúdos em função dos interesses e desejos da audiência; (e) a supressão das emoções nos jornais, etc.); (2) as **influências externas na opinião dos jornais** (de leitores, proprietários, accionistas, governantes e detentores do poder económico...); e (3) **efeitos dos jornais sobre as pessoas, a opinião pública e a cultura** (aqui inclui-se o estudo de itens como (a) o papel da imprensa no pensamento e expressão dos indivíduos; (b) os conflitos entre a difusão de informações e a moral pública; (c) os efeitos psicológicos do jornalismo; (d) os efeitos perversos que, segundo os críticos da imprensa da época, o jornal provocava sobre o livro e que poderiam redundar no desaparecimento deste último, etc.).

Qual a estratégia preconizada por Weber para esse tão vasto estudo sociológico da imprensa? Ele próprio dá a resposta: análise quantitativa, a partir da qual se passará a uma análise qualitativa. A partir da determinação dos factos e acções relacionados com o jornalismo, haveria, então, que erguer o edifício sociológico interpretativo do jornalismo, que certamente redundaria na formulação de uma Teoria Sociológica do Jornalismo. Infelizmente, Weber, por várias razões, nomeadamente devido à eclosão da I Guerra Mundial, não pôde levar a efeito esse ambicioso projecto.

A imprensa, deduz-se, finalmente, das interrogações de Weber nessa comunicação ao I Congresso da Associação Alemã de Sociologia, modifica o homem moderno, altera a forma como o homem percebe o mundo, devido ao confronto permanente entre vários pontos de vista. A imprensa, infere-se das palavras desse sociólogo, tem a capacidade de modificar pontos de vista, de criar e destruir crenças e esperanças, de modificar os valores. Os jornalistas ocupam, assim, uma posição-chave na determinação da marcha das coisas na sociedade, mas eles não estão isolados, já que sofrem pressões de várias partes (poder político, poder económico, leitores, pessoas em geral...) e de várias naturezas. Daí que, e retomando a nossa ideia fundamental sobre a perspectiva de Weber, a imprensa tenha que ser estudada em correlação com o seu contexto, uma ideia que seria ciclicamente retomada por correntes de pensamento comunicacional como a Escola de Frankfurt e os Estudos Culturais.

### 3 A transferência de conceitos europeus para os Estados Unidos

Os estudantes americanos de ciências sociais que estudaram na Europa (em especial na Alemanha) no final do século XIX e no início do século XX foram responsáveis pelo desenvolvimento dos estudos jornalísticos nos Estados Unidos quando regressaram ao seu país natal. Assim, as ideias sobre o jornalismo e sobre a pesquisa em jornalismo desenvolvidas por autores europeus dessa época ecoaram nos primeiros estudos sobre jornalismo desenvolvidos nas terras do Tio Sam, sendo marcante, nomeadamente, a concepção da imprensa como instituição social, que levaram, por exemplo, Kobre (1944), na linha de Park (1923), a considerar que a forma como evolui a sociedade, ao nível do número de pessoas, da economia, da política, da religião, da cultura e da tecnologia gera mudanças nos jornais. Elucidativamente, no Reino Unido, o editor C. P. Scott (1921) escrevia, sobre o *Manchester Guardian*, que era “mais do que um negócio, é uma instituição (...) que pode educar, estimular, prestar assistência, ou fazer o oposto. Tem, assim, uma moral, além de uma existência material, e a sua personalidade e influência são determinadas pelo balanço desses dois factores”. Por outras palavras, estudar a imprensa como instituição social implica estudá-la no contexto social de tantas perspectivas quantas as possíveis: económica, política, cultural, demográfica, histórica, das funções e papéis sociais, etc.

Foi essencialmente na Universidade de Chicago que se desenvolveram as primeiras pesquisas sistemáticas sobre jornalismo, em grande medida moldadas pela perspectiva teórica alemã da concepção organicista da sociedade, que influenciaria a formação das correntes de pensamento comunicacional conhecidas por Interaccionismo Simbólico, Sociologia Interpretativa e Funcionalismo. Há, todavia, contributos para os estudos jornalísticos provenientes de outras áreas, como o de Thomas (1908), sobre a psicologia do jornalismo “amarelo”, ou o de Ross (1910), sobre as formas de censura na imprensa norte-americana (a censura impedia que notícias importantes chegassem ao público).

Nessa época, os Estados Unidos atravessavam um processo de urbanização e industrialização aceleradas e de capitalismo galopante, que atraía imigrantes de todo o mundo. A imprensa norte-americana, mar-

cada pelo (primeiro) Novo Jornalismo e por uma visão essencialmente comercial do jornalismo, atingia tiragens nunca vistas de milhões de exemplares, à custa do sensacionalismo textual e gráfico e das cruzadas anti-corrupção em que embarcava. Porém, ela mesma era objecto do escrutínio público e condenada pelos seus excessos<sup>24</sup>, numa sociedade ciosa das liberdades e da moralidade cristã. Esses fenómenos levantavam novos problemas e interrogações que contribuíram para o desenvolvimento das ciências sociais norte-americanas e, em especial, da sociologia. Segundo Hardt (1979: 191) apareceram mesmo vários artigos no *American Journal of Sociology* que abordavam temas como a imprensa e a opinião pública, a educação dos jornalistas, a ética e os efeitos do jornalismo, “algumas vezes acompanhados por referências à necessidade de os sociólogos, em particular, lidarem com o papel e função da imprensa na sociedade”. Victor S. Yarros (*cit. in* Hardt, 1979: 191), por exemplo, expôs o conflito entre a necessidade de lucrar e o objectivo de informar, que resultava em conteúdos enviesados, e advogou quer o financiamento público dos jornais privados para melhorar a qualidade do jornalismo praticado quer a necessidade de educação superior e específica para os jornalistas.

Inicialmente, as preocupações dos sociólogos de Chicago eram estudar a "ecologia humana" nas cidades. Os primeiros estudos realçaram, por exemplo, que enquanto nas aldeias todos se conhecem e todos são vigiados por todos, nas grandes cidades cada indivíduo tem maior liberdade e autonomia para encontrar o seu rumo. Porém, os indivíduos são gregários. Por isso, os indivíduos procuram encontrar aqueles que seguem o mesmo rumo que eles, para se agregarem em grupos. A imprensa cumpriria um papel fundamental na orientação dos indivíduos nessa sua busca de integração e admissão num grupo. Assim, ao estudarem os fenómenos de migração e imigração para as grandes cidades, os sociólogos de Chicago chegaram à *comunicação* e, em concreto, à *imprensa jornalística* como objecto de estudo, dando atenção, por exemplo, ao papel da imprensa como elemento integrador dos indivíduos e à sua função de ajudar a suprimir o vazio social provocado pelo desenraizamento dos imigrantes em relação às suas comunidades

<sup>24</sup> Vejam-se, por exemplo, as críticas do ensaísta Upton Sinclair à imprensa, no livro *The Brass Check: A Study of American Journalism* (1919), no qual ele considera o jornal como uma espécie de símbolo de degradação social.

de origem. Thomas e Znaniecki (1918) no seu estudo sobre os imigrantes polacos nos Estados Unidos e na Europa, por exemplo, evidenciam o papel social do jornal como veículo de socialização e integração de comunidades imigradas, mas também o seu papel como elo de ligação dessas comunidades ao país de origem.

A importância do jornalismo como objecto de estudo pelos pesquisadores de Chicago pode ser aferida, igualmente, pelo número de teses de doutoramento nesse campo que, após 1910 (tese de Francis Fenton Park sobre a relação entre a apresentação de notícias e o crescimento do crime e das actividades anti-sociais), foram apresentadas na Universidade de Chicago.

### 3.1 Small e Vicent

Em diferentes textos, Albion Small, um dos progenitores da sociologia organicista norte-americana<sup>25</sup>, denota fortes influências de Albert Schäffle. Assim, para ele a comunicação, assente na linguagem e, portanto, na troca de signos, era necessária para o desenvolvimento da sociedade, para a cooperação entre indivíduos, para a formação de grupos, organizações e instituições, para que cada indivíduo e cada organismo social cumprisse a sua função e papel na sociedade e ainda para a transmissão cultural. Small e Vincent (1894) desenvolveram mesmo um modelo em que a comunicação se estrutura como o sistema nervoso da sociedade, sendo os indivíduos as células terminais. A organização da imprensa, generalista (procura satisfazer os interesses da sociedade em geral) ou segmentada (satisfaz interesses de um segmento a população), é vista por Small e Vincent (1894) como uma rede de produção e distribuição de signos. Os signos são fabricados em centros (as empresas jornalísticas, com a função de “cérebros”), onde existem dispositivos e recursos para esse processo. É também a esses centros que chegam os canais (cartas, telégrafo, telexes...) por onde afluem os signos necessários ao fabrico de novos signos. Esses signos são seleccionados nesses centros, pois nem todos são usados para o fabrico das mensagens jornalísticas. Após

---

<sup>25</sup> Concepção da sociedade à semelhança de um organismo vivo em que cada órgão cumpre uma função, desempenha um determinado papel, relacionando-se através de trocas simbólicas. Como é óbvio, essa visão influencia a Escola de Chicago, quer no que respeita às ideias do Interaccionismo Simbólico quer no que respeita às ideias do Funcionalismo.

serem fabricados, os novos signos são distribuídos para os indivíduos através de canais (jornais e revistas) após passarem por agentes de distribuição intermédios. Essa rede assemelha-se ao sistema nervoso. Os restantes sistemas comunicacionais da sociedade – sistemas comercial, educativo, governativo e religioso – têm idêntico tipo de organização.

Segundo Small e Vicent (1894), o desenvolvimento social e económico propicia a difusão do conhecimento, pois gera meios para esse fim. A imprensa é um dos dispositivos de difusão do conhecimento gerados pelo desenvolvimento social e económico, que coloca continuamente os indivíduos perante novas necessidades de informação e novas formas de divisão social do trabalho e os desafia a perseguir novos conhecimentos e novas competências. A urbanização e o aumento populacional, por sua vez, implicaram a imprensa no jogo político, pois os meios de comunicação jornalísticos são essenciais para que os líderes sejam conhecidos e promovam determinadas correntes de opinião. O poder da imprensa está relacionado, precisamente, dizem Small e Vicent (1894), com essa enorme capacidade de mediar a comunicação de ideias entre líderes e seguidores e de dar aos líderes a possibilidade de liderar grande número de indivíduos, que não podem contactar pessoalmente. Os próprios líderes de opinião, para receberem feedback dos indivíduos (por exemplo, através das cartas dos leitores publicadas nos jornais), precisam da mediação da imprensa, o que acentua a importância da função que os jornais e revistas cumprem na sociedade. Esse enorme poder da imprensa, porém, precisa de estar sob escrutínio constante, até porque, para os autores, a prestação da imprensa no exercício da sua função fica muitas vezes abaixo do esperado, devido, sobretudo, à dependência económica da imprensa e à orientação da empresa jornalística para o lucro, bem como à inadequada e insuficiente educação formal dos jornalistas.

Pode dizer-se, em conclusão, que Small e Vicent exploraram caminhos que se vieram mais tarde a constituir como filões de pesquisa, como o modelo de *gatekeeping* (quando assinalam o papel selectivo que têm os centros “cerebrais” de recolha, selecção, processamento e difusão de informação) e o modelo do “two-step flow of communication” (ao colocarem em evidência a acção dos líderes de opinião).

### 3.2 Edward Ross

Ross direccionou a sua pesquisa para a forma como a imprensa, a rádio, o cinema e formas cada vez mais evoluídas de comunicação contribuem para o controlo social através dos processos de publicitação dos assuntos e de construção da opinião pública. Ele foi, assim, um dos primeiros autores a compreender a importância crescente dos novos meios que iam surgindo, alargando os seus estudos a outros universos que não os jornais e revistas, apesar de a imprensa lhe merecer a maior fatia de atenção, pois a leitura, segundo Ross, estava, naquele tempo, a substituir a comunicação face-a-face como fonte de ideias (tal como eventualmente acontece hoje em dia com a televisão em relação à leitura). Pode também dizer-se que, bem usada, a comunicação jornalística é um importante factor de desenvolvimento social.

Para Edward Ross, a comunicação abarca o universo simbólico da experiência e os meios através dos quais eles são disseminados através do espaço e tempo. Formas mais evoluídas de comunicação aumentam as interações humanas e as possibilidades de associação e agregação. Os indivíduos, graças à imprensa e a toda uma panóplia de novos meios de comunicação, podem encontrar pessoas com quem se identificam muito para além do seu universo de vizinhos e familiares. Aliás, os indivíduos por vezes identificam-se mais com quem nunca contactaram directamente do que com quem convivem quotidianamente. Graças à imprensa e outros meios, é possível a um indivíduo receber vários estímulos sociais em simultâneo e até pertencer a vários públicos em simultâneo. De alguma maneira, Ross reformata, aqui, algumas ideias behavioristas, pois, para ele, o público pode responder a um mesmo estímulo (por exemplo, uma mensagem) quase ao mesmo tempo.

Edward Ross sustenta a ideia inovadora de que a imprensa e os novos meios, ao conectarem as pessoas mais com o presente do que com o passado, tendem a contribuir para o fim das tradições. A sua crítica à imprensa, porém, não abarca apenas esse campo. Ele diz também que a perseguição de interesses próprios pela imprensa destrói o seu valor social e torna-a incapaz de reflectir a diversidade de interesses e necessidades que ocorrem na sociedade e de agir como instrumento de reforma social. Assim, a imprensa, nomeadamente quando controlada por indivíduos sem escrúpulos, pode contribuir para manipular o público e para criar correntes de opinião favoráveis a ela mesma e não à sociedade no

seu todo, pois, para o autor, a imprensa tem a capacidade de fixar os enquadramentos para os acontecimentos e, conseqüentemente, a visão que os leitores têm do mundo. Por outro lado, Ross critica também o comercialismo que orienta as empresas jornalísticas e o sensacionalismo informativo, que distorce a significância da actualidade em favor do bizarro e anedótico. Ele chega mesmo a falar do controle mental dos americanos pelos interesses económicos e políticos, através da propaganda e da manipulação veiculadas pela imprensa e outros meios de comunicação, apesar da resistência de algumas pessoas mais esclarecidas. E para Ross – registe-se – a propaganda pode não empregar nada mais do que a verdade e o facto, mas a verdade selectiva e o facto seleccionado.

Assim, para Ross é preciso reformar um sistema em que a imprensa é controlada por empresas capitalistas necessitadas de capital e, portanto, de venda de publicidade, cuja tendência é para formarem gigantes oligopólios onde as sinergias possam ser aproveitadas. A solução, para Ross, está na fundação de jornais públicos e de rádios públicas (o que, hoje em dia, estenderíamos à televisão de serviço público), com capitais do estado ou comunitários e não dependentes da publicidade.

### 3.3 William Graham Sumner

William G. Sumner, que nas palavras de Hardt (1979: 193) era um conservador devotado à ética protestante e que acreditava na bondade e benefício social do empreendimento individual e das empresas, pelo que o seu trabalho se centra na recuperação do conceito de “indivíduo autónomo” para a explicação dos processos sociais e comunicacionais, bem como na defesa do individualismo liberal e do *laissez faire*. Para ele, o curso da vida social raramente pode ser modificada pelas reformas sociais tão caras aos movimentos reformistas e socialistas. A sociedade, sustenta Sumner, muda por acção dos indivíduos, lentamente. As desigualdades são uma consequência da liberdade e das diferentes capacidades, conhecimentos e capacidade de aproveitamento das oportunidades dos diferentes indivíduos.

Tal como os restantes autores de Chicago, que por sua vez foram influenciados pelos pensadores alemães que os antecederam, Sumner considera a linguagem como o principal instrumento de interacção, troca e

mobilidade dos indivíduos. A gradual evolução da linguagem foi o resultado de um esforço de todos os membros da sociedade, tal como a escrita, que permite vencer o espaço e o tempo. A imprensa surge, para Sumner, graças à vontade e capacidade inventiva e empresarial de alguns indivíduos. Por isso, as organizações jornalísticas estruturam-se em empresas capitalistas. Porém, a imprensa, assim, confronta-se quotidianamente com dois opostos dificilmente conciliáveis: as suas responsabilidades numa democracia vs. o seu potencial como negócio. Aliás, infelizmente, assinala Sumner, os jornais mais sensacionalistas e superficiais são muitas vezes os que têm mais êxito, mas isso não é mais do que um sintoma da falta de vontade que o homem comum manifesta em cultivar-se e educar-se, já que a educação e a erudição exigem esforço. Aliás, Sumner duvida da eficácia de se querer usar a imprensa para a elevação cultural dos indivíduos comuns, porque estes não querem esforçar-se por reflectir e tentar compreender. As empresas capitalistas sabem explorar esse compromisso voluntário do homem comum com a ignorância<sup>26</sup>, oferecendo-lhe um produto jornalístico de fácil consumo, que não obriga a grandes esforços do pensamento e que reforça as suas visões do mundo, mesmo quando preconceituosas, estereotipadas e não provadas. A inculcação desses conceitos no indivíduo comum leva mesmo a que por vezes nem se precisem de justificar determinadas acções (por exemplo, as tomadas pelos políticos), pois elas acabam por ser vistas como “naturais”. Paradoxalmente, os indivíduos comuns são o segmento onde a “opinião pública” se constitui como força viva, graças, em grande medida, à capacidade de sugestão, e não só de informação, dos signos jornalísticos. Mas essa é uma “opinião pública” associável à formulação de *sentimentos* sobre o mundo e os outros, não uma corrente de opinião racional desenvolvida por acção do intelecto. Daí que a imprensa, mal usada, possa ser um elemento perturbador do enriquecimento cultural de cada indivíduo e do gradual desenvolvimento social.

---

<sup>26</sup> Algo parecido com o fenómeno de *ignorância geral* que alguns teóricos esgrimm para contrapor à teoria do agendamento,

### 3.4 Robert Park

Robert Park foi um dos autores norte-americanos do final do século XIX e princípios do século XX que estudou na Alemanha, tendo apresentado neste país a sua tese doutoral, sobre opinião pública (*A Multidão e o Público*), em 1903. Os princípios de análise da imprensa como *instituição social* adoptados por Park documentam as influências que recebeu dos pensadores alemães oitocentistas, pois para ele nas sociedades industrializadas complexas a produção de notícias depende da institucionalização social e histórica de organizações jornalísticas, normalmente empresas capitalistas, que definem procedimentos de recolha, processamento e difusão de informações. Assim, uma vez regressado aos Estados Unidos, pode ser vista como natural a sua filiação no movimento teórico conhecido por Escola de Chicago, fundada com base nas ideias do Interaccionismo Simbólico<sup>27</sup> defendidas pelos fundadores do Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago (1892), que por sua vez as tinham recolhido dos conceitos apresentados pelos pensadores alemães.

Robert Park foi, entre os pioneiros do pensamento jornalístico, o autor que mais se distinguiu na tentativa de incorporar o estudo do jornalismo na sociologia e, em concreto, no ramo da sociologia conhecido por Sociologia do Conhecimento, que, segundo a explicação do próprio Park (1940: 682), tenta explicar a existência de diferentes tipos de conhecimento relacionando-os com as condições em que estes se produzem, bem como as funções sociais dos diferentes tipos de conhecimento. As ideias de Park acerca da articulação entre tecnologia da informação, informação e conhecimento viriam, posteriormente, a ser fundamentais na institucionalização da escola de pensamento comunicacional conhecida por Escola de Toronto (ou Escola Canadiana), onde pontificaram Innis e McLuhan, bem como para o desenvolvimento da Teoria do Distanciamento Social ou das Diferenças de Conhecimento (Knowledge Gap) entre outras teorias sobre os efeitos da comunicação social.

Park (1950: IX) vê o sociólogo como um “super-jornalista” que tem a capacidade e as condições de trabalho adequadas para tentar compre-

---

<sup>27</sup> Expressão cunhada por Blumer, em 1937, que denominaria um dos seus livros (Blumer, 1969).

ender sistematicamente o que se passa nas profundezas da sociedade, não se ficando somente pela superfície dos acontecimentos isolados como faz o jornalista. O conhecimento científico, incluindo o sociológico, implica que os dados sejam sistemáticos e tenham por referência a realidade, sendo que as hipóteses explicativas dos fenómenos e os conceitos construídos devem ser provados ou por experiências ou por descrição da realidade empírica. As notícias, pelo contrário, referem-se normalmente a acontecimentos isolados e centram-se no presente, raramente havendo preocupação de sistematização e relacionamento desses acontecimentos. Desse modo, pode dizer-se que para Park (1940), embora as notícias possam ser a mais antiga forma de conhecimento, encontram-se na encruzilhada entre o conhecimento estrutural e sistemático próprio da ciência e o conhecimento assistemático e anedótico próprio do senso comum. Assim, as notícias são, simultaneamente, sobre coisas esperadas, como nascimentos e mortes, guerras, política, etc., e sobre ocorrências inesperadas, ou seja, os factos concretos que as suscitam (Park, 1940: 680).

Segundo Park (1938; 1940: 684), a partilha social das notícias concorre para a integração social, já que orienta a atenção do público para referentes comuns, dando coesão dos grupos sociais no espaço e no tempo. A partilha das notícias contribui, também, para a transmissão da herança cultural (aculturação dos indivíduos) e difusão da própria cultura, pois à medida que as notícias se espalham, o sentido que lhes é dado, que inicialmente pode ser diferente de acordo com os contextos culturais, começa a convergir. As notícias mais interessantes e inteligíveis difundem-se mais do que outras, mas este processo pode ser limitado por tensões sociais que levem o público a orientar a sua atenção para determinados temas em detrimento dos restantes (Park, 1940: 684). A publicação das notícias, que advém do reconhecimento da sua importância, torna-as história (Park, 1940: 676).

Em resumo, interpretando Park, as notícias são, simultaneamente, formas de conhecimento e modeladoras da cultura e da história. Como o processo de selecção a que as notícias são sujeitas configura a informação que chega ao público, então esse processo contribui para a modelação da cultura. Assim, a selecção noticiosa produz efeitos cognitivos e sócio-culturais.

Outro dos contributos de Park ao estudo do jornalismo residiu na compreensão da história da imprensa.

As mudanças operadas nos jornais ao longo dos tempos são, para Park, quase mera cosmética, pois a *instituição* jornal mantém-se. A análise histórica permitiria, em consequência, compreender a verdadeira natureza das transformações que essa instituição sofreu. Por isso, Elias Machado (2005: 30) critica o subaproveitamento dessa ideia de Park de “distinção entre jornalismo como instituição, que assume determinadas funções sociais ao longo do tempo, e jornal como organização, que materializa as funções institucionais do jornal em cada período histórico”<sup>28</sup>.

Segundo Park (1955: 89) a imprensa não é “o produto plenamente pensado de um pequeno grupo de homens inteligentes”. Antes “resulta de um processo histórico que conta com a participação de muitos indivíduos que não têm a capacidade de antever os produtos de suas acções”. Inclusivamente, Park (1923; 1927) considera, reflectindo as concepções organicistas da sociedade dos pensadores alemães, que a história dos jornais pode comparar-se à evolução natural das espécies, pois os jornais são submetidos a um processo de selecção equiparável à selecção natural que afecta os organismos vivos. Os tipos de jornais que temos são os tipos de jornais adaptados à vida contemporânea. Para sobreviverem, os jornais têm de triunfar sobre a concorrência. Conseguem-no cativando mais leitores e interagindo melhor com outras instituições sociais. Por exemplo, a um micro-nível, os jornais de domingo, com grande quantidade de anúncios publicitários, teriam contribuído para a criação dos grandes armazéns comerciais com vários departamentos. Mas, a um macro-nível os jornais, ao expandirem a definição do que é notícia, também teriam aumentado o seu poder político, pois “são as notícias, mais do que os editoriais” que modelam a opinião pública (Park, 1941: 4). No entanto, para Park (1955: 140), a função primeira da notícia é manter as pessoas conectadas com o mundo e com as mudanças que ocorrem na realidade. As verdadeiras notícias oferecem aos leitores factos que podem ser interpretados de diferentes maneiras. Interpretando Park (1955: 130), podemos mesmo dizer que o jornalismo é adversário da propaganda, pois esta pretende criar pensamentos únicos, enquanto o

---

<sup>28</sup> Machado remete para uma tese de doutorado de Josenildo Guerra, sobre *O Percurso Interpretativo da Notícia* (Salvador da Bahia, 2003).

jornalismo pretende expor factos reais sobre os quais as pessoas podem manifestar visões diferentes.

Numa outra obra, *The Immigrant Press and Its Control*, Park (1922) argumenta que o jornalismo emerge da sociedade porque esta o demanda enquanto fornecedor de informações; porém, o jornalismo serve identicamente como um mecanismo de controlo social, paradoxalmente ao transmitir notícias sobre a comunidade.

Em conclusão, Park teve uma importância fundamental para o desenvolvimento dos estudos jornalísticos sob o ponto de vista do Interacionismo Simbólico e da Sociologia Interpretativa, como o comprovam as teses doutorais que orientou. Mas também foi um importante mentor para Harold Innis (1950), precursor de McLuhan e da Escola de Toronto (ou Escola Canadiana). Park foi, de facto, o elo de ligação entre os sociólogos do jornalismo alemães do século XIX (Knies, Schäßle, Bücher, Tönnies), que viram na imprensa e nos novos meios de comunicação os dispositivos que poderiam assegurar a transformação da sociedade numa comunidade coesa, na qual os seus membros, mesmo que geograficamente afastados, comunicariam entre si, entendendo-se e compreendendo-se<sup>29</sup>, e os autores centrais da Escola de Toronto (Innis e McLuhan), que desenvolveram essas ideias, popularizadas pelas metáforas macluhanianas da “aldeia global” e da “tribo planetária”. Innis (1950), por exemplo, combinou a metáfora do “transporte” de informação com o binómio conhecimento/poder para descrever os efeitos dos sistemas de comunicação em termos de modelação social do conhecimento e sua articulação com a tipologia das elites dirigentes e com a manutenção ou perda do poder por parte dessas elites.

Park também foi uma ponte para vários outros teóricos que reflectiram sobre o jornalismo enquanto modalidade comunicacional, como Schramm (1948; 1949; 1949 b), por exemplo, que atentou na natureza das notícias em várias obras.

---

<sup>29</sup> A ideia de que a comunicação leva à compreensão e ao consenso é indiciada na obra de autores como McLuhan e de alguma maneira também nos modelos circulares do processo de comunicação (os que incluem a noção de feedback). Do nosso ponto de vista, porém, ela não é necessariamente verdadeira, pois mais comunicação pode gerar menos compreensão e mais discórdia.

### 3.5 De Francis W. Hirst a Walter Lippmann passando por Graham Wallas

Em 1920, o teórico e jornalista norte-americano Walter Lippmann publicou *Liberty and News*, onde aponta caminhos para as suas obras posteriores e no qual defende a necessidade de uma formação específica para os jornalistas. Em 1922, publicou *Public Opinion*, o seu livro mais conhecido, e três anos mais tarde, *The Phantom Public*. Nesses livros, ele procura demonstrar que as notícias são a principal ligação entre os acontecimentos e as imagens que construímos desses acontecimentos. Essas ideias, de certa forma, encontram-se também em Park, que, como dissemos, via nas notícias um dispositivo específico de conhecimento.

Lippmann também advoga a ideia de que as notícias são um produto estandardizado, resultando de rotinas de procura e reconhecimento de acontecimentos “em bruto” e de fabrico de notícias. Mais ainda, para ele as notícias são representações dos acontecimentos baseadas, frequentemente, em estereótipos. Por outras palavras, as notícias criam referentes sobre a realidade que são dissonantes em relação à realidade que abordam, ou seja, as notícias não espelham a realidade, antes criam um “pseudo-ambiente” desfasado da realidade, mas, paradoxalmente, as notícias, enquanto referentes colectivos sobre a realidade, fazem parte da realidade. As teorias da construção social da realidade são, assim, de certa forma, antecipadas por Lippmann.

Para Lippmann, o jornalismo contribui para construir consensos, graças à capacidade de guiar as pessoas comuns, que, ignorantes, desconhecendo a realidade objectiva, tendem a perceber as notícias como sinónimo da realidade. Lippmann (1922/1965: 158) emprega, inclusivamente, a expressão “manufacturing consent” para caracterizar esse fenómeno, a mesma expressão que, mais tarde, Chomsky e Herman (1988) recuperariam para título de um dos seus livros sobre a manipulação da informação pelos *media* jornalísticos. Interessantemente, Lippmann, de alguma maneira, vê com bons olhos essa função do jornalismo, já que ele acreditava que uma opinião pública “autónoma” é prejudicial a uma sociedade cada vez mais degradada pela deterioração do conceito de autoridade e pela perda de valores e tradições da civilização. Para Lippmann é fácil, por exemplo, a multidão, alimentada pelos meios de comunicação, ser levada por impulsos irracionais, como os

que desembocam na violência. Assim, para Lippmann não existe “opinião pública informada”, pois, por um lado, um sistema mediático livre num estado democrático de direito não garante informação perfeita ou verdadeira e, por outro lado, as pessoas comuns são incompetentes para usar da melhor maneira a informação jornalística e têm de ser constantemente guiadas pelas elites através dos *media*. Walter Lippmann assume, inclusivamente, uma visão elitista da democracia, pois, para ele, a sociedade, cada vez mais complexa, deve ser dirigida por uma classe política intelectualizada, tendo especialistas por conselheiros, já que as pessoas comuns, sublinha o autor, são incapazes de tomar as medidas adequadas de governo. O sufrágio universal, nesse sentido, só contribui para agravar os problemas, pelo que as pessoas comuns, crédulas e ignorantes, devem, sustenta Lippmann, ser excluídas do processo decisório. Por isso, até certo ponto, numa democracia que consente o sufrágio universal, a “manipulação” da “opinião pública” pelos meios jornalísticos é vista como benéfica por Lippmann, pois para ele, como vimos, a generalidade dos cidadãos são incompetentes para decidir a orientação da governação.

John Dewey, mentor de Robert Park e filósofo do pragmatismo, manifestou-se contra a visão elitista de Lippmann no seu livro de 1927 *The Public and It's Problems*. Crente numa imprensa livre, para Dewey, a informação é um bem público que não deve ser manipulado por supostos “iluminados”. John Dewey explicita que os factos devem ser expostos pelos meios jornalísticos, para que as pessoas possam discutir sobre eles. Dewey reconheceu que o público pode muitas vezes ser ignorante, mas argumentou que uma educação deficiente não é um problema exclusivo da democracia, já que nas oligarquias, ditaduras e tiranias também há fenómenos de ignorância que levam a más decisões. Crente na capacidade de as pessoas se educarem e aprenderem a julgar e a intervir pertinentemente na governação, Dewey vê, assim, as fraquezas da democracia mais como sintomas do que como causas dos problemas da sociedade actual. O jornalismo é, para Dewey, um dispositivo social relevante para assegurar a liberdade dos cidadãos e a acção democrática, um julgamento que já autores como Carlyle (1905) tinham feito.

Registe-se, a finalizar, que o pensamento “elitista” de Lippmann, embora talvez mais “autóctone” do que o dos seus compatriotas, tam-

bém foi influenciado por autores europeus, nomeadamente pelo britânico Graham Wallas (1921), que, por sua vez, tinha sido influenciado pelo também britânico Francis W. Hirst (1913).

De facto, em 1913, o economista britânico Francis W. Hirst analisou a cobertura que a imprensa fez de seis ameaças de guerra e crises financeiras, tendo mostrado que a imagem que a imprensa deu dos assuntos era dissonante em relação à realidade objectiva, ideia que, como vimos, é uma das teses centrais de Lippmann. Para Hirst, o fenómeno de dissonância entre a realidade objectiva e a imagem que dela é dada pela imprensa deve-se à orientação comercial das empresas jornalísticas, que obriga os jornais e revistas a enveredar pelo sensacionalismo. Hirst (1913: 1-4) sustenta, no entanto, que “a nação não é uma multidão”. Neste ponto, Hirst afasta-se de Lippmann. Mesmo quando a imprensa envia a cobertura de um assunto, ou quando, arvorando-se em *vox populi*, defende determinadas medidas<sup>30</sup>, muitas pessoas, lembra Hirst, não crêem em tudo o que lêem nos jornais e revistas<sup>31</sup> ou não se revêem nas perspectivas defendidas nestes últimos.

Graham Wallas (1921) teve mais influência directa sobre a obra de Lippmann do que Hirst. Wallas (1921) sugeriu que a multidão se distingue do “moderno homem civilizado”, ou seja, por outras palavras, a “massa” distingue-se da elite. A elite coopera em acções comuns através do cultivo do conhecimento e do contacto entre os seus membros. Porém, torna-se mais difícil assegurar a cooperação da “multidão” em acções sociais comuns, sobretudo na sociedade moderna, “vasta”, com numerosos membros e complexa. As elites, porém, graças à imprensa, têm uma determinada percepção do que a multidão quer e é. As elites, segundo Wallas, podem ainda usar os jornais para influenciar a multidão. Essa influência, todavia, não é vista como negativa por Wallas, pois é assim que as elites tornam possível a acção comum. O poder de influência das elites na condução das multidões, desenvolvido através

<sup>30</sup> Relembre-se que Hirst escrevia numa altura em que o “jornalismo amarelo” era uma realidade relevante, tendo assistido à deriva nacionalista do discurso da imprensa entre o final do século XIX e os princípios do século XX, que preparou o terreno simbólico para a I Guerra Mundial (1914-1918). Nesse período, recorde-se também, os jornais arvoravam-se em *porta vozes* das pessoas e exigiam a adopção de determinadas medidas aos governos, mesmo que ninguém lhes tivesse dado esse papel.

<sup>31</sup> Hirst (1913: 4) classifica mesmo de “nonsense” muitas das coisas que são publicadas pela imprensa.

da imprensa, advém, segundo Wallas, da perspectiva que se imprime a cada notícia e também do recurso ao sensacionalismo, que atrai o homem comum para a leitura dos jornais.

#### **4 Outras contribuições relevantes para a génese do campo científico dos Estudos Jornalísticos**

É tarefa impossível inventariar todas as contribuições individuais e colectivas dadas, um pouco por todo o mundo, ao estudo do jornalismo ao longo do século XIX e na primeira metade do século XX, em conexão com a industrialização do jornalismo e a aparição da imprensa comercial “de massas” (Novo Jornalismo), bem como, seguidamente, com a emergência dos meios electrónicos de comunicação (rádio e televisão), cedo aproveitados pelo jornalismo, tal e qual como acontecia com o cinejornalismo.

Primeiro, podemos talvez dizer que as contribuições europeias ao estudo do jornalismo não se ficaram por aquelas que foram acima equacionadas. Mesmo na Alemanha, existiram outros autores, além dos citados Knies, Bücher e Schäffler, que também foram importantes para definir as orientações das primeiras pesquisas sobre jornalismo. Por exemplo, Wuttke (1875) tentou mostrar que a imprensa contribuiu para a emergência da opinião pública.

Seguidamente, é talvez necessário lembrar que embora os primeiros grandes teóricos do jornalismo tivessem sido europeus, desde o século XIX que pesquisadores norte-americanos dão importantes contributos ao estudo do jornalismo. Por exemplo, a primeira análise de conteúdo de jornais usando métodos quantitativos contemporâneos data de 1893, ano em que John Gilmer Speed comparou quatro jornais de Nova Iorque (*New York Times*, *Tribune*, *Sun* e *World*), usando como unidade o cm/coluna e categorizando o conteúdo em 13 categorias. Os resultados mostraram que os conteúdos nos quatro jornais quase tinham triplicado no espaço de um ano, mas também mostraram que esse aumento se devia mais à proliferação de notícias sobre escândalos, crime (com excepção do *Sun*) e rumores do que sobre “acontecimentos sérios”. Assim, Speed (1893) concluiu que o jornalismo estava a deteriorar-se e que os cidadãos não estavam a ter a informação de que necessitavam para viver numa sociedade urbana. Muitos outros autores começaram

a usar a análise quantitativa de conteúdo, sendo notável aquela que foi empreendida por Delos Franklin Wilcox (1900), que analisou 240 diários publicados nos Estados Unidos, em inglês e noutras línguas, entre 1898 e 1899, tendo comparado a evolução do conteúdo com a evolução na circulação, pois já existiam dados fiáveis sobre circulação de jornais, por causa das exigências da indústria publicitária. Wilcox chegou à conclusão de que o aumento do sensacionalismo aumentava a circulação. Em França, Henry de Noussance (1902) fez um estudo similar, analisando vinte jornais parisienses e sete provinciais num único dia, para comparar os conteúdos. Na Alemanha, Stoklossa (1910) usou as categorias de análise de conteúdo de Noussance para comparar treze jornais berlinenses com dezassete jornais provinciais, tendo ambos os autores concluído que a imprensa se desviava das suas obrigações morais para com a sociedade devido ao sensacionalismo, à superficialidade e à irrelevância de vários dos assuntos cobertos. Cirino (1971) relembra dois estudos de conteúdos que, na sua óptica, demonstram o enviesamento da informação jornalística norte-americana a favor das posições oficiais do governo norte-americano: (1) Um estudo de Walter Lippmann e Charles Merz sobre as notícias acerca da Revolução Russa publicadas na imprensa norte-americana entre 1917 e 1920, no qual se conclui que havia sintonia entre as posições expostas nos meios jornalísticos e as posições da Administração dos EUA, hostil aos bolcheviques mas indecisa entre a intervenção ocidental na Rússia e a não intervenção; e (2) um estudo de Leila Sussmann, de 1944, sobre as notícias laborais de 33 emissoras de rádio, no qual a autora demonstra que existia na informação um viés favorável às posições do patronato. Laswell e Jones (1939) aplicaram a análise de conteúdo ao estudo da propaganda comunista. Sozinho, Lasswell (1941) inventariou a circulação de símbolos políticos nos editoriais. Foster (1937) usou a análise de conteúdo para analisar os padrões da cobertura de guerra. A partir do início do século XX, a análise quantitativa de conteúdo propagou-se como um método relevante para o estudo do discurso jornalístico, sendo comum nos dias de hoje.

Em 1911, Frances Fenton combinou, pela primeira vez, numa metodologia consistente, a análise de conteúdo com inquéritos (cujos dados também foram tratados estatisticamente) e entrevistas em profundidade, para verificar se conteúdos sensacionalistas (“anti-sociais”, na defini-

ção da autora) na imprensa produziam efeitos negativos nos receptores. Fenton (1910; 1911) concluiu que essa relação ocorria, mas que isso se devia quer à atitude dos editores, que distorciam ou suprimiam factos para agradar ao público e às entidades que publicitavam nos jornais, quer à atitude dos consumidores, que compravam jornais quando as notícias eram sensacionalistas e enganosas. Também em 1911, foram, pela primeira vez, aplicados questionários sobre leitura de revistas (Beniger, 1986: 20). Uns anos mais tarde, em 1914, devido às necessidades da indústria publicitária, foi criado, nos Estados Unidos, o Gabinete para Auditoria da Circulação de jornais (Audit Bureau of Circulation), providenciando, periodicamente, indicadores fiáveis sobre a circulação de jornais. Em 1930, George H. Gallup (*cit. in* Marques de Melo, 1970: 91-92), baseado em trabalhos anteriores de outros pesquisadores, publicou na revista *Journalism Quarterly* uma sùmula da sua tese de doutoramento sobre a utilização de sondagens para aferir o interesse dos leitores, metodologia que depois irá usar sucessivamente, com êxito, no seu instituto (The Gallup Organization), aplicando-a, nomeadamente, à previsão dos resultados de eleições. Dessas experiências resultaram, nomeadamente, os livros *Public Opinion in a Democracy* (1939) e *The Pulse of Democracy* (1940), este último escrito em parceria com Saul Forbes Rae.

Em 1903, o austríaco Emil Loeb (1903), editor-chefe do *Wiener Zeitung*, publicou o seu importante livro *Kultur und Presse*, no qual analisa, a exemplo de outros autores germanófonos, questões como a organização dos jornais, o conteúdo dos jornais, as práticas jornalísticas, a relação entre o jornalismo profissional e a sociedade, a questão da assinatura e do anonimato, a educação dos jornalistas, a função da imprensa e os recursos que possui para a cumprir, as relações entre a imprensa, os políticos e a política, a relação da imprensa com o governo e a autoridade e o valor da liberdade de imprensa. O autor tentou ainda definir “opinião pública” como o produto de dois factores: uma “ideia” e um “multiplicador”. O principal “multiplicador de ideias” na sociedade é, segundo Loeb, a imprensa. Mas a opinião pública, adverte Loeb, também existe fora da imprensa e muitas vezes forma-se independentemente da imprensa. Inclusivamente, relembra Loeb, frequentemente formam-se correntes de opinião que até são contrárias à “opinião publicada”, sendo que confundir a opinião pública com a opinião publicada é

meramente ficcional (tese que já na segunda metade do século XX será retomada por autores como Luhmann). Loebel também sublinha que as correntes de opinião pública, manifestadas na imprensa ou fora dela, podem ser contrárias ao poder ou aos poderes, pois estes não têm capacidade para controlar totalmente a formação de correntes de opinião por causa quer da influência pessoal na formação da opinião (líderes de opinião, conversação entre pessoas...) quer da influência das várias instituições sociais que também medeiam a formação de correntes de opinião, como as associações, as escolas, o parlamento, os partidos, os comícios e debates, etc., especialmente nos países democráticos.

Brunnhuber (1908), por seu turno, explicou a os jornalistas estão condicionados pelos interesses comerciais e políticos, tendo ainda chamado a atenção para a uniformização dos conteúdos gerada pela actividade das agências noticiosas.

Em 1914, foi apresentada na Universidade de Halle (Alemanha), por Wittwer, a tese *Das Deutsche Zeitungswesen in Seiner Neueren Entwicklung*, na qual o autor procurou verificar se seria possível estabelecer uma correlação entre o número de votos nos sociais-democratas e a circulação da imprensa social-democrata na Alemanha, entre 1908 e 1913. Os resultados, porém, foram ambíguos, pois a penetração da imprensa social-democrata alemã, embora crescente, era muito baixa (aumentou de 1,5% para 2,2% no período analisado) para se poder dizer que teve influência no voto nos sociais-democratas (que tinha aumentado de 27% para 35% no período estudado).

Feldhaus (1922), numa radiografia comparativa da imprensa europeia, explicou que em vários países europeus o público ficava à mercê das práticas comerciais de alguns dos grandes jornais, que se vendiam facilmente aos grandes interesses económicos. Rogers (1909) diagnosticou o mesmo problema de cedência aos interesses corporativos das grandes empresas na imprensa norte-americana e evidenciou que o jornalismo é um dispositivo de controlo social:

“As corporações têm sido atacadas pelos jornais, que têm usado suas colunas para formar a opinião pública contra elas. Por terem atingido os seus objectivos, provocaram uma reacção contra eles por parte dos interesses dos grandes negócios do país. Os jornais passaram a ser alvo dos interesses capitalistas, para garantir a auto-preservação destes

últimos. Os capitalistas entraram no universo da imprensa como negócio. Eles têm comprado tanto os jornais antigos como os novos. Trata-se de uma repetição da conhecida política segundo a qual os interesses dominantes entendem a utilidade da imprensa como meio de controlo” (Rogers, 1909: 38)

O problema de dependência e cedência do jornalismo e dos jornalistas aos grandes interesses económicos e do uso da imprensa como dispositivo de controlo social, tema muito contemporâneo, ecoa não apenas nas obras atrás citadas, mas também noutras (Ward, 1919; Jenks, 1895, etc.), que defendem o ensino específico do jornalismo, em instituições independentes, como uma forma de contornar esse problema. A ameaça à liberdade de imprensa pela cedência aos interesses económicos e pela dependência dos grandes magnatas foi denunciada, ainda, por autores como Villard (1923), Ickes (1939) e Seldes (1935), nos Estados Unidos.

Mantendo o tom crítico aos conteúdos, mas mudando de alvo, Lowenthal (1944) reagiu contra o culto de personalidade construído pelas revistas em favor das celebridades da época.

A primeira metade do século XX foi fértil em estudos sobre propaganda através do jornalismo e da comunicação social em geral. A I Guerra Mundial foi a primeira responsável pelo aumento do interesse sobre a propaganda veiculada através da comunicação social. Os teóricos preocuparam-se em compreender o papel da propaganda sobre militares e civis em ocasiões de conflito, nomeadamente as estratégias de orientação das correntes de opinião do público, embora, na Alemanha, obras como *Weltkrieg Ohne Waffen*, de Hans Thimme (1932), tenham ido mais longe, procurando fazer crer que a rendição alemã no fim da I Guerra Mundial tinha sido o fruto da propaganda e não o resultado de uma derrota do Exército Alemão. Trabalhos relevantes desse período são o clássico livro de um dos autores da Escola de Chicago que faz a transição para o Funcionalismo, Harold Lasswell<sup>32</sup> (1927), intitulado *Propaganda Technique in the World War*, e ainda o menos conhecido *The Growth of a Legend*, do belga van Langenhove (1916), no qual

<sup>32</sup> Que estudou na Europa, em especial em Berlim, mas também em Londres, Paris e Genebra.

este autor analisa como o boato de que havia franco-atiradores aliados vestidos à civil por trás das linhas alemãs foi reproduzido e difundido pela imprensa e, inclusivamente, se integrou no ponto de vista oficial do governo alemão. Um outro livro que pode ser citado é o do britânico Arthur Ponsonby (1928), intitulado *Falsehood in Wartime*, no qual ele mostra que, em tempo de guerra, as notícias falsas e os rumores se vão propagando de jornal para jornal porque os jornalistas, crentes uns nos outros, recolhem noutros periódicos notícias cujas informações não confirmam.

O interesse pela propaganda através da comunicação social recrudescer devido à ascensão ao poder de várias ditaduras, de diferentes ideologias (comunistas, fascistas, nacionalistas, nazis), em vários países europeus, de Portugal à Rússia, todas elas capazes de odiosos crimes, mas todas elas suficientemente sedutoras para terem congregado o apoio de parcelas significativas da população dos seus países. Nesse contexto, a propaganda na Revolução Russa, em 1917, na Guerra Civil de Espanha (1936-1939) e, seguidamente, na II Guerra Mundial (1939-1945)<sup>33</sup>, constituiu-se como objecto de estudo relevante para os teóricos da comunicação, como o comprova o trabalho de Lasswell *et al.* (1935), por exemplo.

Lang (1996: 10) relembra que foi no início do século XX que começaram a fazer-se pesquisas sobre recepção, nomeadamente sobre o que as pessoas efectivamente liam nos jornais. Lang (1996: 10) refere, por exemplo, um estudo dos britânicos Charles Booth e Benjamin Seebohm Rowntree e um estudo dirigido por dois pastores protestantes na Alemanha, ambos “conduzidos num contexto político ou moral”. Nessa mesma linha, Werner Storz defendeu, em 1932, na Universidade de Leipzig, uma tese sobre a recepção dos jornais e do texto jornalístico nos séculos XVII e XVIII.

O interesse pela propaganda e pela recepção desembocou na formação de uma corrente de estudos dedicada aos efeitos da comunicação social, conforme, de resto, Lasswell explicitava no seu modelo do processo de comunicação (Quem? Diz o quê? A Quem? Por que meios? *Com que efeitos?*). Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944), no famoso *The People's Choice*, foram dos primeiros autores a estudar os efeitos

---

<sup>33</sup> Guerra provocada, em última instância, pelos expansionismos de estado gerados pelas ditaduras alemã, italiana e japonesa.

do jornalismo num contexto eleitoral, tendo chegado à conclusão de que os efeitos dos *media* devem ser relativizados, pois existem outras instâncias mediadoras na formação de correntes de opinião, como os líderes de opinião (*two-step flow of communication*). Os autores mostraram, igualmente, que as pessoas têm mecanismos de resistência à persuasão, pelo que tendem a rejeitar as mensagens contrárias às suas expectativas e a consumir essencialmente mensagens que reforçam as suas ideias. Lazarsfeld e Merton (1948) inventariaram os efeitos que a comunicação social alegadamente tinha. Na mesma linha, Klapper (1949) argumentou que a comunicação e o jornalismo produziam efeitos mínimos ao nível das opiniões, atitudes e comportamentos.

Em 1937, Rosten publicou o primeiro estudo sociológico sobre os jornalistas, abrindo um novo filão de investigação constantemente recuperado até aos nossos dias. O seu estudo, baseado em inquéritos e entrevistas, incidiu sobre os correspondentes dos jornais americanos em Washington. Dele resultaram vários indicadores sociográficos (backgrounds sócio-económicos, formação, atitudes, etc.). Rosten (1937) descobriu, também, que havia grande interferência dos editores sobre os conteúdos produzidos pelos correspondentes. Pollard (1947), por seu turno, estudou as relações entre os presidentes norte-americanos e os jornalistas, sob o prisma da sociologia.

Em 1940, Allport e Faden tentaram enunciar as regras da “psicologia dos jornais”, cruzando análises de conteúdo com dados de circulação e inquéritos de opinião aos leitores, inferindo, deste modo, que os comportamentos e atitudes de jornalistas, editores e leitores podem ser inferidos a partir da quantificação dos conteúdos e dos dados de sondagens. Os autores concluíram que os jornais simplificam os assuntos, ao mesmo tempo que sublinham e engrandecem o conflito, apesar de as notícias e os textos de opinião e persuasão serem emocionalmente bastante mais contidos do que as opiniões dos leitores, expressas nas cartas destes últimos publicadas nos jornais. Chegaram também à conclusão de que o design dos jornais, altamente estruturado e formalizado, a cor e mesmo a política editorial constituem potentes estímulos ao leitor.

Para Allport e Faden (1940), a intensidade do interesse público sobre um assunto pode ser indirectamente aferida pelo espaço que esse assunto ocupa nos jornais. Como este varia ao longo do tempo, também varia, relacionalmente, a intensidade do interesse público sobre um de-

terminado tema. Finalmente, os autores sustentaram que quanto maior for a tensão que um tema cause num leitor, mais rapidamente o leitor procurará obter alívio (Allport e Faden, 1940).

Em 1937, um orientando de doutoramento de Park, chamado Carroll Dewitt Clark, defendeu, na Universidade de Chicago, uma tese intitulada *News: A Sociological Study*, na qual ele recupera o pensamento do seu mentor, defendendo que a imprensa tem de ser estudada como instituição social, ou seja, no contexto das suas relações com a comunidade, conforme Park e outros estudiosos de Chicago tinham procurado fazer desde o final do século XIX, nomeadamente com os estudos sobre a imprensa dos imigrantes. Em 1940, uma outra orientanda de Park, Helen Huges, publicou uma tese de doutoramento sobre as notícias de “interesse humano”, na qual conclui que o desenvolvimento da imprensa popular teve por consequência a perda de terreno da importância para o interesse enquanto critério de valorização do que é notícia. Tratando o jornalismo como instituição social, Huges (1940) mostra que em cada momento da história as demandas sociais modificam a forma como se noticia e aquilo que se noticia. Numa linguagem actual, os critérios de noticiabilidade são dinâmicos, ganhando e perdendo importância de acordo com a evolução da sociedade. Além disso, Huges (1940) evidenciou que as notícias de “interesse humano” foram importantes para atrair as pessoas para a leitura de jornais e para, como diz Zelizer (2004: 132), a transformação da massa em público, crucial para a democracia.

Em 1941, Prugger, usando questionários e entrevistas, procurou descrever as atitudes e formas de interacção entre os jornalistas de um pequeno jornal do *midwest* dos Estados Unidos, bem como os processos jornalísticos de produção de informação que ocorriam no seu seio. Prugger (1941) observou que os jornalistas estavam contentes com o seu emprego e com a forma rigorosa e balanceada como o seu jornal cobria os assuntos e consideravam que as considerações políticas não influenciavam a cobertura noticiosa. Preocupando-se em traçar o perfil dos jornalistas, Prugger descobriu que, maioritariamente, eram homens solitários de meia-idade, irmãos mais velhos ou filhos únicos de famílias da classe média, titulares de um curso superior de jornalismo, embora não considerassem que este devesse ser um requisito para ingressar na profissão. Tinham passatempos como a fotografia e a jardinagem e

raramente se associavam a organizações, com excepção do Clube de Jornalistas local.

Em 1926, Johnson (1926), nos Estados Unidos, num livro sobre as práticas jornalísticas, tentou definir o que é notícia, chegando à conclusão de que notícia é tudo aquilo que os jornalistas escolhem tornar notícia.

Swanson, em 1949, foi, provavelmente, o primeiro pesquisador do jornalismo a recorrer à observação directa e participante na redacção de um jornal, cujos dados cruzou com análises de conteúdo, entrevistas e inquéritos, para tentar perceber os métodos de controle da produção de informação. Swanson (1949) verificou que os jornalistas tinham consciência de estar no meio de forças sociais conflituosas, sentindo pressões de vários lados, mas que procuravam não favorecer quaisquer indivíduos ou grupos. Revelaram, também, que se sentiam livres para criticar o seu jornal.

Diferentes de todos os estudos atrás citados, mas também relevante para o campo do jornalismo, estão os livros sobre a organização de empresas jornalísticas e modelos de diário, como *Sencilísimo Plan-Modelo para la Creación y Publicación de Periódicos Democráticos en Todas las Capitales de Provincia*, da autoria de Luis Galdó y López, publicado em 1865, bem como sobre a administração dos órgãos de comunicação social, de que é exemplo o livro de Enrique Mariné (1929), precisamente intitulado *Cómo Se Administra un Diario*.

Várias outras obras merecem ser lembradas desses tempos de desbravação dos estudos jornalísticos. Charles Dana (1895), por exemplo, escreveu *The Art of Newspaper Making: Three Lectures*, onde, em três lições (correspondentes a outros tantos textos), faz um esforço meritório para descrever e explicar o processo produtivo dentro de uma organização jornalística, apontando para a ideia de que o jornal é uma instituição social. Mais importante ainda, Norman Angell escreveu, em 1922, *The Press and the Organization of Society*, obra na qual se procura destacar que a imprensa, entendida como instituição social, influencia a organização da sociedade. Crawford (1924), por seu turno, foi um dos primeiros autores, senão mesmo o primeiro, a escrever um livro inteiramente consagrado à ética do jornalismo. Finalmente, em 1949, Nafziger e Wilkerson editaram aquele que, aparentemente, foi o primeiro livro sobre pesquisa sobre jornalismo. Advogando técnicas como a utilização

de questionários para a realização de sondagens e outros métodos das ciências sociais, os autores contribuíram para a consolidação do jornalismo como campo do conhecimento. Embora, em 1963, Ralph Nafziger, em conjunto com David Manning White, tenha modernizado, sob a pressão dos comunicólogos, o título do livro de *An Introduction to Journalism Research* para *Introduction to Mass Communication Research*, a publicação do *An Introduction to Journalism Research*, em 1949, mostra bem como o jornalismo era entendido como um campo de conhecimento autónomo dentro da área da comunicação, algo que também é documentado pela publicação, desde 1924, da primeira revista científica dedicada ao campo do jornalismo, a *Journalism Quarterly*, fundada sob a denominação *Journalism Bulletin*<sup>34</sup> (designação que manteve até 1927), alterada, já em 1995, sob a pressão hegemónica do “comunicologismo”, para *Journalism & Mass Communication Quarterly*.

#### **4.1 Contribuições da retórica para o campo científico dos Estudos Jornalísticos**

A retórica foi um campo em que se desenvolveu alguma teorização com aplicação ao jornalismo. Textos clássicos como os de Aristóteles (*A Arte da Retórica*), Quintiliano (*Instituição Oratória*), Cícero (*Do Orador*) ou Agricola (*De Inventione Dialectica*) fariam parte, certamente, do conhecimento dos eruditos dos séculos XVII, XVIII e XIX, como o comprovam, aliás, as citações que Peucer (1690) faz deles. Nesses livros, procuram-se descrever as técnicas da persuasão, evocando-se conhecimentos que remontam a Sócrates, aos sofistas da Antiga Grécia e, conforme é nítido, a filósofos como Aristóteles, que definia a retórica como a habilidade para aplicar os meios de persuasão possíveis a cada caso particular (*cit. in* Marques de Melo, 1970: 40).

Ainda no Mundo Antigo, a retórica foi aplicada à historiografia. Autores como Tucídides, Heródoto ou Xenofonte aplicaram conhecimentos retóricos aos seus relatos.

A pioneira tese de Peucer (1690) comprova que no ambiente académico seiscentista era ainda conhecido o livro de Luciano de Samosata

<sup>34</sup> Nos primeiros anos, a revista publicava apenas materiais para o ensino do jornalismo e reflexões sobre o mesmo, artigos sobre o jornalismo como profissão, textos sobre direito aplicado ao jornalismo e história do jornalismo, etc.

*Como Se Deve Escrever a História* (um livro satírico do século II sobre a escrita da história) e *Ars Historica*, de Joan Gerard Vossius, um autor do século XVII (portanto, contemporâneo de Peucer) que, tal como Luciano de Samosata, escreve sobre a arte da historiografia. Nesses textos, além de conselhos gerais sobre o estilo de redacção historiográfica (ser-se contido, verdadeiro, factual, claro...), também se aconselhavam estruturas para o relato (a redacção cronológica, as estruturas de interesse crescente e decrescente, etc.).

Na *Enciclopédia* setecentista de Diderot e d’Alembert, este último, baseando-se no sistema geral do conhecimento humano de Bacon, lembra que dentro da *Ciência do Homem*, a *Lógica* incluía a **arte de transmitir ou comunicar os pensamentos**, subdividida em **Gramática** (ciência do *instrumento* do discurso), **Retórica** (ciência das *qualidades* do discurso), **Crítica** (que permite aos autores conhecer as suas falhas), **Pedagogia** (ciência da *maneira de ensinar*) e **Filologia** (ciência das línguas e literaturas) (D’Alembert, *cit. in* Marques de Melo, 1970: 40-41). Escreveu D’Alembert (*cit. in* Marques de Melo, 1970: 41-42):

“A ciência da comunicação das ideias não se limita a pôr em ordem essas ideias: deve ensinar a apresentar cada ideia da maneira mais clara possível e, por conseguinte, aperfeiçoar os sinais que se destinam a expressá-la. (...). Ao transmitir suas ideias, os homens tratam também de exprimir suas paixões e o logram mediante a eloquência. Feita para falar ao sentimento, como a lógica e a gramática falam ao espírito, a eloquência impõe silêncio à razão mesma, e os prodígios que obtém rapidamente nas mãos de um só, frente a toda uma nação, são o testemunho mais notável da superioridade de um homem sobre o outro.”

É de lembrar que, antes do advento da imprensa popular, as capacidades retóricas e persuasivas dos jornalistas, ou talvez melhor dizendo dos “escritores de jornal”, eram importantes, já que a actividade jornalística se desenvolvia, em grande medida, no quadro de uma imprensa política e partidária, que procurava persuadir e arregimentar partidários e não apenas informar. Assim, até aos anos Trinta/Quarenta do século XIX (e bastante mais tarde nos países ibéricos), a formação retórica dos

jornalistas continuou a ser considerada muito importante. Eram estudados manuais retóricos como, em Portugal, o de António Soares Barbosa (1839), autor que tal como Peucer, se baseou nas *Instituições* de Quintiliano para se referir à disposição dos discursos e às questões a respeitar para bem contar novidades (*Quis? Quid? Ubi? Quibus Auxiliis? Cur? Quomodo?*). As gramáticas também eram estudadas, formatando estilos jornalísticos e contribuindo para normativizar e unificar a língua, sendo relevantes, desde logo, as primeiras gramáticas da língua portuguesa, nomeadamente a de Fernão de Oliveira (1536) e a de João de Barros (1540). Em Espanha, estudavam-se manuais como *Filosofia de la Elocuencia* (1777, Antonio de Capmany) e *Compendio de Retórica* (1817, Miguel García de la Madrid), enquanto no Reino Unido e um pouco por toda a Europa se lia *Essays on Rhetoric [Lectures on Rhetoric and Belles Lettres]* (1783, Hugh Blair) e, em França, *Principes de Littérature (par l'Abbé C. Batteux) - Nouvelle Édition Contenant Les Beaux-Arts Réduits à un Même Principe* (Charles Batteux, 1755).

No seu *Compendio de Retórica*, Miguel García de la Madrid (1817)<sup>35</sup> zurze sobre os autores que escrevem textos desproporcionados em relação ao conteúdo. O exórdio, parte inicial de um texto (ou seja, uma espécie de *lead*), merece especial atenção ao autor: “Não há coisa tão absurda como erguer um pórtico sumptuoso diante de um edifício reduzido; uma cabeça gigante num pigmeu é uma monstruosidade, e o exórdio é a cabeça da oração”. Daí que ele preconizasse a utilização de um “exórdio recto” nos enunciados jornalísticos, cujas características são próximas do actual *lead* jornalístico noticioso.

García de la Madrid (1817: 103) opôs, por outro lado, a fábula ou “narração fingida” à narração histórica, que ele desejava ver aplicada ao jornalismo. A narração histórica, para esse autor da segunda década de Oitocentos, implica dar informação precisa sobre nomes, datas, lugares, causas e resultados dos acontecimentos. García de la Madrid (1817) comunga, portanto, das ideias da retórica clássica, conforme também en-

<sup>35</sup> García de la Madrid reconhece, de resto, ter sido influenciado por obras anteriores de vários autores, como *Lectures on Rethoric and Belles Lettres*, um livro de 1783, publicado pelo escocês Hugh Blair, traduzido para espanhol, em 1798, com o título *Lecciones Sobre la Retorica y las Bellas Letras*, e ainda pelo livro *Las Belas Artes Reducidas a Un Mismo Principio*, de Charles Batteux (versão espanhola também de 1798).

contramos em Peucer (1690), evidenciando bem como jornalismo, retórica e historiografia estão associados desde bem tenra idade. O enunciado noticioso de hoje obedece às mesmas regras do enunciado noticioso da antiguidade, mesmo que este último tivesse tido por veículo cartas, crónicas e outros géneros expressivos similares e não o jornal ou qualquer outro dos meios contemporâneos de comunicação social. García de la Madrid (1817) também procura diferenciar entre “acontecimentos simples” e “acontecimentos complexos”, evidenciando preocupações com a tipologia dos acontecimentos enquanto referentes para os discursos, uma via de análise que contemporaneamente foi seguida por autores como Katz (1980), Boorstin (1971) ou Molotch e Lester (1974).

No final do século XIX, um outro retórico da Escola Espanhola, José Coll y Vehí (1894: 183) defendia que o jornalismo é um ramo da oratória: “Os artigos políticos dos jornais, escritos para serem lidos hoje e esquecidos amanhã, empregam formas inteiramente oratórias e podem considerar-se como uma ligeira modificação dos discursos parlamentares.” A sua posição, porém, encontrou a oposição, entre outros, de Rafael Mainar (1906: 84) e de Esteban Moreu Lacruz (1912). Este último, em 1912, ainda pedia que os estudos sobre texto jornalístico se desvinculassem dos estudos sobre oratória política. Para Moreu Lacruz (1912: 341): “Por eloquentes que sejam os artigos dos jornais, não podem incluir-se no género oratório, por não pertencer propriamente a palavra escrita à oratória”.

O facto de em 1912 ainda se debater a natureza retórica do jornalismo demonstra bem importância dessa disciplina para os estudos jornalísticos, em especial nos países latinos, até porque a imprensa política e de ideias manteve a sua importância nos países latinos até ao início do século XX. De facto, da aplicação da retórica ao jornalismo germinaram a Teoria dos Géneros Jornalísticos e todas as análises sobre a forma e estrutura dos textos jornalísticos que hoje em dia se continuam a fazer. A retórica mantém, ainda, conceitos provenientes da Antiguidade Clássica, como a necessidade de respeitar as circunstâncias de pessoa (Quem?), o objecto (O Quê?), a causa (Porquê?), o modo (Como?), o local (Onde?) e o tempo (Quando?) na narração de notícias, opção que a Associated Press fixaria definitivamente em meados do século XIX (Casasús e Ladevéze, 1991: 19; 41). O domínio da técnica de elaborar notícias respondendo a essas perguntas tornou-se mesmo uma marca da

competência profissional específica dos jornalistas, tal como o domínio da técnica da pirâmide invertida.

## **4.2 Contribuições dos estudos históricos, hemerográficos e bio-bibliográficos para o campo dos Estudos Jornalísticos**

A relação entre jornalismo e historiografia é próxima, como muito bem conta deus, desde logo, o primeiro doutor em Jornalismo no mundo, Tobias Peucer (1690). Assim, como vimos, os conselhos sobre a retórica da escrita da história, nomeadamente as recomendações sobre concisão, precisão, factualidade, verdade, clareza, rigor, crítica às fontes e outras que os historiógrafos deram ao reflectirem sobre o seu próprio ofício influenciaram decisivamente o estilo jornalístico e os próprios valores culturais dos jornalistas enquanto classe profissional.

Por outro lado, as Ciências Históricas contribuem para os estudos jornalísticos fazendo aquilo que elas melhor sabem, e que é, precisamente, fazer história.

As primeiras histórias do jornalismo começaram a elaborar-se, um pouco por toda a Europa, no século XIX, arrastadas quer pela importância social que a actividade adquiria, quer pelos debates em torno da definição da identidade profissional dos jornalistas. Sendo muitos os livros nesse campo, apenas se referem alguns, a título de exemplo.

Leclerc, em 1838, escreve pela primeira vez sobre as *Actas Diurnas* como fenómeno pré-jornalístico, no livro *Les Journaux Chez les Romains*. Em 1845, Prutz deu à estampa o seu celebrado livro sobre a génese do jornalismo alemão, recordando que a Alemanha já possuía diários no século XVII. No Reino Unido, Alexander Andrews (1859) publicou uma monumental história do jornalismo britânico, a que se seguiram estudos similares de Bourne (1887), Morison (1932), Stutterheim (1934) e outros. Por seu turno, Ernst Bernheim, da Universidade de Leipzig, fez um esboço histórico do jornalismo antigo, em 1908. Eugène Hatin (1859-1864) escreveu uma monumental obra em oito volumes sobre a história política e literária da imprensa francesa, a que se seguiu, em 1866, um ensaio bibliográfico e estatístico sobre o aparecimento e desenvolvimento da imprensa periódica na Europa e nas Américas. O alemão Ludwig Salomon (1900-1906) elaborou,

por seu turno, uma história da imprensa alemã, com especial ênfase para o período até 1850, na qual resgata, em particular, os contributos dos primeiros diários alemães do século XVII para o desenvolvimento do jornalismo. Em 1914, Luis del Arco y Muñoz publicou um estudo histórico-bibliográfico sobre a imprensa periódica espanhola durante a Guerra da Independência<sup>36</sup>, a que se seguiu, também em Espanha, uma história do jornalismo, dada à estampa por Edmundo González-Blanco, em 1919.

Nos Estados Unidos, o interesse pela história do jornalismo também foi despoletado no século XIX, prosseguindo ao longo do século XX, com trabalhos de Hudson (1873), Lee (1917), Bleyers (1927) e Mott (1941). A grande novidade trazida pelas obras destes autores norte-americanos foi a atenção que devotaram à institucionalização da profissão de jornalista. Uma teórica norte-americana, Ishbel Ross (1936), orientou a historiografia jornalística para as questões e género, ao escrever sobre as *Ladies of the Press*. Em 1944, Kobre lançou, também nos Estados Unidos, uma história da imprensa colonial, na qual encara esta última como instituição social. O estudo de Kobre (1944) contextualiza, assim, o aparecimento e evolução dos jornais em consonância com a própria evolução da sociedade, na mesma perspectiva que Park tinha apontado, em 1923, no seu trabalho sobre a história natural do jornal.

Num outro tom, Ernst Bernheim (1908) publicou, em Leipzig, o livro *Lehrbuch der Historischen Methodik unter Geschichtsphilosophie*, no qual ele relembra os contributos dos autores alemães do século XVII para a teorização do jornalismo. Aparentemente, terá sido o primeiro esforço para historiografar não apenas o jornalismo mas também os estudos jornalísticos<sup>37</sup>.

Um outro tipo de livros coadjutor do campo dos estudos jornalísticos é constituído pelas obras hemerográficas (inventários de livros e artigos sobre um determinado tema, neste caso o jornalismo) e bibliográficas (biografias e bibliografias de jornalistas, memórias de jor-

<sup>36</sup> Em 1908, o mesmo autor tinha publicado uma monografia histórico-hemerográfica sobre o jornalismo em Terragona.

<sup>37</sup> Prakke, Dröge, Lerg e Schmolke (1977) tiveram também muita importância para que hoje se relembrem os pensadores alemães do século XVII que iniciaram os estudos jornalísticos: Rechenberg (orientador de Peucer no doutoramento), Christian Weise, Ahasver Fritsch, Tobias Peucer, Kaspar von Stieler, Daniel Hartnack e Johann Peter von Ludewig.

nalistas, etc.). As últimas décadas do século XIX e as primeiras do século XX são bastante ricas nesse tipo de estudos. Casasús e Ladevéze (1991: 55) registam, a título de exemplo, várias obras desse tipo somente entre as que foram publicadas em Espanha: Juan Cormitas (*Suplemento a las Memorias para Ayudar a Formar un Diccionario Crítico de los Escritores Catalanes y Dar Alguna Idea de la Antigua y Moderna Literatura de Catalunya que en 1836 Publicó el Excmo. e Ilmo. Señor Don Félix Torres Amat*, Burgos, 1849); Josep Pella i Forgas (*Periodisme. Estudis Històrics del de Catalunya*, Barcelona, 1879); Marqués de la Vega de Armijo (*El Periodismo en los Estados Unidos*, Madrid, 1884); Enric Claudi Girbal (*El Periodismo en Gerona*, Gerona, 1894); Antonio Elías de Molins (*El Periodismo en Cataluña desde Medios del Siglo XVII*, Madrid, 1899); Manuel Ossorio y Bernard (*Ensayo de un Catálogo de Periodistas Españoles del Siglo XIX*, Madrid, 1903-1904); Rudolf Mosse (*Catálogo de Prensa de España*, Barcelona, 1927); Lluís Bertrán i Pijoan (*Prensa de Catalunya*, Barcelona, 1931); Joan Givanel i Mas (*Bibliografía Catalana de Prensa*, Barcelona, 1931-1937); e Josep Maria Miquel i Vergés (*La Prensa Catalana del Vuit-Cents*, Barcelona, 1937). Em Portugal, podemos citar, por exemplo, os trabalhos historico-hemerográficos de Gracias (1880), Leal (1898), Noronha (1857), centrado na tipografia, e Pereira (1895 e 1897).

### **4.3 Contributos dos primeiros livros divulgadores do jornalismo, ensaios sobre jornalismo e manuais de jornalismo para o campo científico dos Estudos Jornalísticos**

Os primeiros manuais, ensaios e livros “pedagógicos” sobre jornalismo também são do século XIX e princípios do século XX<sup>38</sup>, correspon-

<sup>38</sup> A título de exemplo, Casasús e Ladevéze (1991: 56) citam os seguintes livros entre aqueles que foram publicados em Espanha: *Como És Fet un Diari* (Josep Morató i Grau, Barcelona, 1918); *Cómo se Hace un Diario* (Felipe Aláiz, Barcelona, 1936); *La Acción del Sacerdote en la Prensa* (Antolín López Peláez, Barcelona, 1907); *La Importancia de la Prensa* (Antolín López Peláez, Barcelona, 1908); *Transcendencia del Periodismo per a la Propaganda y Consolidació del Renaixement y Restauració de la Nostra Llengua* (livro apologético da importância da imprensa para o catalão, Joan Torrendell, Barcelona, 1908); *Balmes i la Dignificació del Periodisme* (Miquel

dendo quer às novas exigências de formação dos jornalistas, quer à curiosidade pública sobre o jornalismo, que tinha enorme impacto na vida quotidiana e era alimentado pela fabricação do mito do jornalista-herói, o investigador incansável capaz de denunciar os crimes e os criminosos e de combater as injustiças. Esse mito foi formado muito por culpa dos *muckrakers*, esses jornalistas especialistas nas cruzadas anti-corrupção do (primeiro) Novo Jornalismo, mas também por causa das novelas que tinham jornalistas como protagonistas<sup>39</sup> e ainda das biografias e dos livros de memórias de jornalistas<sup>40</sup>, que davam um retrato da profissão cheio de heroicidade, intrepidez, criatividade, capacidade inventiva e “engenho e arte”, como diria Camões. No plano oposto, diga-se de passagem, foram publicados vários livros que satirizavam a profissão, como *Manual del Perfecto Periodista*, dos irmãos Calos e Ángel Ossorio y Gallardo, de 1891<sup>41</sup>.

O *Tratado de Periodismo*, de Augusto Jerez Perchet (1901), é um dos primeiros livros europeus e possivelmente o primeiro ensaio espanhol a debruçar-se especificamente sobre a proposta de uma teoria para essa actividade de comunicação social. O autor, além das explicações didácticas e históricas sobre o que é o jornalismo, também propõe uma estrutura para o enunciado noticioso “sensacional” onde já se revela o conceito de *lead* – por ele entendido como exórdio – mas que se afasta claramente da técnica da pirâmide invertida e mesmo do estilo jornalístico dominante na contemporaneidade. Assim, para ele o enunciado jornalístico deve “desenvolver um plano detalhado, com a necessária di-

---

dels Sants Oliver, Barcelona, 1915); *Estudis i Crítica de Periodisme* (Joseph Alemany y Borràs, Barcelona, 1917); *La Agencia de Información Prensa Asociada y los Católicos* (Francisco Nabot y Tomás, Barcelona, 1928); *Los Malos Periódicos* (Félix Sardá y Salvani, 1871); *El Periodismo* (Teodoro Baró y Sureda, 1902) e *Los Males de la Prensa* (Joan Maragall, 1898). Casasús e Ladevéze (1991: 56) citam, igualmente, os seguintes artigos e contribuições em obras colectivas: “Opinión Pública” (Joaquim Roca i Cornet, *La Civilización*, Barcelona, 1841); “La Prensa” (Jaime Balmes, *La Sociedad*, Barcelona, 1843); e “El Libro y el Periódico” (Anselmo Lorenzo, *La Asociación*, 1885).

<sup>39</sup> São exemplos: *El Periodista (Novela Policiaca)*, de Eduardo López Bago (1884), e *El Cuarto Poder*, de Armando Palacio Valdés (1922), ambas referidas por Casasús e Ladevéze (1991: 56-57).

<sup>40</sup> Como *De un Periodista*, de Ricardo Fuente, e as memórias de Enrique Vera y González (1890), ambos os livros referidos por Casasús e Ladevéze (1991: 57).

<sup>41</sup> Livro referido por Casasús e Ladevéze (1991: 57).

visão em capítulos, precedidos do indispensável exórdio, e engalanado a favor dos incidentes, servindo de remate um epílogo que sintetize e facilite às gentes a tarefa de formar um juízo dos factos, adicionando a opinião do jornalista expressa em termos rotundos.” (Jerez Perchet, 1901: 84).

Em 1903, Modesto Sánchez Ortiz, director do diário *La Vanguardia*, publicou *El Periodismo*, uma obra marcante para a teorização do jornalismo em Espanha. Embora o livro possa ser entendido (tal como o de Perchet), essencialmente, como um ensaio “pedagógico” mais do que como uma obra inserida no espaço das ciências sociais e humanas da forma como eram entendidas na Alemanha e nos Estados Unidos, Sánchez Ortiz expôs nele a teoria da fuga consentida de informação e do uso manipulador da imprensa como balão de ensaio para os políticos, a que Mainar (1906) voltaria, embora num tom mais técnico e menos crítico do que o de Sánchez Ortiz.

Numa época em que nos países ibéricos o jornalismo informativo independente lutava para se impor ao jornalismo ideológico e partidário e em que se discutiam as funções sociais do jornalismo, Modesto Sánchez Ortiz (1903) manifestou-se a favor do primeiro (como seria de esperar, aliás, dada a sua posição de director do *La Vanguardia*), ou seja, nas suas palavras, a favor de um diário “grande (...), rotativo (...) universal e completo”. Sánchez Ortiz não deixa, porém, de exercer uma autocritica profissional, advertindo contra os abusos de poder que jornais e jornalistas demonstram em certas ocasiões, prejudiciais à sociedade<sup>42</sup>, e discute, implicitamente, a fronteira entre “interesse público” e “interesse privado” das notícias. Por outro lado, Modesto Sánchez Ortiz discorre (sem qualquer base científica sustentável) sobre os efeitos das notícias de comportamentos violentos e anormais, exagerando-os como era (e é) habitual<sup>43</sup>, salientando, por exemplo, que a notícia de um crime leva a outro, a notícia de um suicídio leva a outro e a notícia de um motim também leva a outro. A possibilidade de abuso de poder por parte dos jornalistas e jornais e os possíveis efeitos perversos das

<sup>42</sup> Recorde-se o papel da imprensa (quer a Espanhola, quer a Americana) na Guerra Hispano-Americana, que terminou com a perda de Cuba e das Filipinas por Espanha.

<sup>43</sup> Lembremo-nos do chamado “efeito em terceiras pessoas” e as suas consequências: as pessoas tendem a subestimar os efeitos da comunicação social em si mesmas e em sobrestimar o efeito dela nos restantes indivíduos.

notícias levaram o autor a exigir, conseqüentemente, controlo público para a actividade.

A profissionalização e a formação dos jornalistas também foram discutidas por Sánchez Ortiz, que no seu livro se pronuncia a favor da formação universitária específica para os jornalistas, segundo ele o “mal menor” quando comparado com o acesso livre à profissão.

Na linha de vários outros “ensaios pedagógicos” sobre jornalismo comuns na época, Sánchez Ortiz também faz uma incursão no campo dos formatos, géneros e estilos jornalísticos. O autor distingue, por exemplo, entre géneros informativos (fala da notícia e da reportagem) e de opinião (comentando o artigo de fundo, que hoje designaríamos por editorial, e o artigo de opinião); separa o diário independente (“de empresa” ou “universal”), do periódico “de partido” e do periódico ilustrado; e ainda distingue entre matutinos e vespertinos.

Em Espanha, a via aberta por Jerez Perchet e Modesto Sánchez Ortiz foi seguida por outros autores. Apareceram, assim, livros como *El Arte del Periodista*, de Rafael Mainar (1906) e *La Escuela de Periodismo*, de Manuel Graña (1930). Todos eles se manifestaram a favor de um jornalismo informativo na linha do que se ia fazendo nos Estados Unidos e noutros países europeus. Graña, em 1930, propôs mesmo a imitação das práticas jornalísticas norte-americanas, segundo ele mais perfeitas do que as espanholas (Graña, 1930: 157). A defesa do modelo jornalístico dos Estados Unidos por Graña<sup>44</sup>, nos anos Trinta, mostra como esse paradigma informativo se disseminava mesmo nos países com tradições retóricas e jornalísticas diferenciadas, como Espanha. Casasús e Ladevéze (1991: 43) dizem mesmo que “com o nascimento das primeiras escolas espanholas de jornalismo<sup>45</sup> rompem-se os vínculos com uma larga linha genuína de evolução da perspectiva redactorial e recuperam-se, por outro lado, modelos próprios de outras culturas”.

Por seu turno, o catalão Josep Morató i Grau (1918), autor do primeiro livro especificamente sobre jornalismo em língua catalã, intitulado *Como És Fet un Diari*, é um dos primeiros autores a salientar a importância do design de imprensa, embora, possivelmente, conhecesse trabalhos anteriores, como o opúsculo do tipógrafo Ceferino Gorchs so-

<sup>44</sup> Autor que estudou na Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia.

<sup>45</sup> Os autores referem-se, em concreto, à Escola de Periodismo de *El Debate*, que funcionou em Madrid entre 1926 e 1936.

bre a taquigrafia aplicada ao jornalismo (Gorchs, 1905, *ref. in* Casasús e Ladevéze, 1991: 56). Morató i Grau (1918) defende, no seu livro, que matérias idênticas, paginadas de forma diferente, geram doses diferentes de interesse no leitor. Para esse autor, é fundamental colocar os títulos de maneira a equilibrarem-se mutuamente e equilibrar as massas de textos. Os títulos e subtítulos, segundo ele, são os principais elementos gráficos a atrair o leitor.

De maneira algo diferente, Neal (1933), nos Estados Unidos, descreve o trabalho jornalístico nas redacções, considerando que, em grande medida, fazer jornalismo é preencher um espaço vazio com notícias. Ele notou, ainda, que as notícias competem por espaço, pois há tendencialmente mais notícias do que espaço para as dar todas.

Num registo também diferente, Alfonso Ungria (1930) publica, em Espanha, um ensaio crítico sobre a imprensa da época, muito próximo daquelas que se faziam em Portugal, tal como antes o tinham feito Cabazán (1901) e Minguijón (1908). Este último, numa passagem curiosa, diz que o jornalista é “um operário da pena” que “aluga o seu cérebro”.

Os **manuais de jornalismo** tornaram-se comuns entre o final do século XIX e os princípios do século XX, devido ao afluxo de neófitos à profissão e à generalização dos cursos de jornalismo. Esses manuais, a seu modo, contribuíram para a teorização do jornalismo a partir do século XIX. O primeiro terá sido o de Robert Luce (1886), intitulado *Writing for the Press: Manual for Editors, Reporters, Correspondents, and Printers*. O de Alfred Kingstone (1898), por exemplo, dava conselhos sobre o acesso à profissão, redacção jornalística, entrevista e cobertura de diversos tipos de acontecimentos. Esses manuais, concomitantemente, defendiam a formação específica em jornalismo, tal como o fizeram autores como os espanhóis Álvarez (1912) e Terrén Palacín (1922).

Também comuns se tornaram os livros de memórias de jornalistas, deixando pistas para percebermos como os jornalistas entendiam e viviam a sua profissão e o seu trabalho. Lincoln Steffens (1931), por exemplo, relembra que aos jornalistas era pedido que escrevessem as notícias tal e qual como os acontecimentos aconteceram, evidenciando a vigência do mito das notícias como espelho da realidade na cultura profissional de então. Evelyn Waugh (1938), por seu turno, relembra o

valor da obtenção da notícia em primeira-mão, o *scoop*, ou *cacha*, para a auto-estima dos jornalistas e para a cultura profissional.

#### 4.4 A Periodística (“Jornalística”) Alemã

Vários autores levaram muito a sério as ideias de Karl Bücher sobre a necessidade de edificação de uma disciplina científica especificamente devotada ao jornalismo: a Periodística ou, num português mais comum, a “Jornalística”. Assim, ao redor do instituto devotado ao estudo e ensino universitário do jornalismo que foi fundado na Universidade de Leipzig, em 1916, e de outros institutos universitários de jornalismo, como o de Munique, congregaram-se teóricos como Emil Dovifat e Otto Gröth, que trouxeram grande visibilidade a essa nova corrente, que teve uma grande influência noutros países europeus, como a Espanha, onde ainda hoje existe uma Sociedade Espanhola de Periodística.

Otto Gröth é, talvez, o principal obreiro da tentativa de concretização das ideias de Bücher sobre a necessidade de ser reconhecida a “ciência jornalística” como uma disciplina independente e o jornalismo como um objecto de estudo autónomo entre toda a comunicação social. É assim que, entre 1928 e 1930, Gröth publica a sua primeira obra de envergadura, *Die Zeitung*, começada a escrever, como ele próprio comenta, em 1910. Nessa obra, ele já expõe os elementos fundamentais da Periodística, mas será, sobretudo, em *Die Unerkannte Culturmacht: Grudlegung der Zeitungswissenschaft*, trabalho em seis volumes (Gröth faleceu quando escrevia o sétimo), editado a partir de 1960, que Gröth aprofundará as suas teorias.

Para Gröth, o objecto de estudo da Periodística é constituído pelas publicações periódicas informativas (jornais e revistas). Os periódicos são vistos por Gröth como uma das *obras culturais* que resultam da acção consciente dos seres humanos, obedecendo aos valores e fins do espírito e não à sequência causal das coisas naturais. Ora, para Gröth toda a obra cultural *orienta-se para o homem* e tem um determinado *sentido* subjacente, a sua essência, ou identidade, que se mantém a mesma independentemente das circunstâncias particulares da sua materialização. Neste ponto, Gröth quase nos remete para o “mundo das ideias” platónico, pois, por outras palavras, o que ele diz é que podem existir muitos jornais, mas todos partilham, na sua essência, uma determinada ideia de

jornal, que lhes dá sentido enquanto obras culturais. No entanto, Gröth explicita melhor a sua postura, salientando que a realidade de um jornal começa quando a ideia desse jornal se materializa na mente de quem o concebeu. Ou seja, a ideia de jornal é uma realidade, embora se situe no plano das ideias, materializando-se, posteriormente, no produto concreto ou nos produtos concretos (um mesmo jornal, por exemplo, pode ser apresentado em papel, on-line, como jornal de parede, etc.).

Enquanto obra cultural, o sentido do periódico é, segundo Gröth, o de comunicar periodicamente os acontecimentos actuais, entendidos como bens imateriais, às pessoas e à sociedade. Consequentemente, de acordo com Gröth, além da **periodicidade**, existem outras características fundamentais definidoras do jornalismo: a **universalidade**, a **actualidade** e a **difusão ou publicidade**. O jornal *medeia*, afinal, *a comunicação de bens imateriais a toda uma comunidade* e, nesse processo, gera interacções entre ele mesmo, os jornalistas e os leitores.

A **periodicidade** respeita à materialização periódica de uma mesma realidade ideal, o jornal. A periodização não é, porém, entendida por Gröth como a estrita obediência ao aparecimento de um novo número de um jornal num determinado intervalo de tempo, mas antes ao *aparecimento sucessivo de novos números*, independentes uns dos outros, mesmo que não respeitem um intervalo de tempo regular.

Para caracterizar a **universalidade**, Otto Gröth parte do princípio que cada homem tem um *mundo objectivo* próprio que depende do seu posicionamento na realidade. Esse mundo é constituído por coisas, mas também por grupos, por instituições e por outros homens, cada um com as suas acções, ideias, opiniões e valores. O mundo objectivo de cada homem é, assim, um mundo físico, social e cultural, apesar de, como dissemos, individualmente determinado pelo posicionamento de cada homem na realidade. Para se relacionar com outros homens na complexa sociedade contemporânea, para conhecer, compreender e dominar o mundo, para se orientar, o indivíduo necessita do jornal. Assim, o princípio da *universalidade* enquanto elemento conferidor de identidade ao jornalismo refere-se à ideia de que pode ser objecto do jornalismo tudo aquilo que diz respeito ao homem, tudo o que lhe suscita a curiosidade e o interesse, ao fim e ao cabo tudo o que contribui, como dissemos, para que o homem consiga mover-se melhor no seu mundo objectivo, sabendo avaliá-lo e pensá-lo. Consequentemente, a

*universalidade* liga-se a cada homem, que é quem, segundo os seus próprios critérios (subjectivos), selecciona do jornal o conteúdo que quer ou precisa de consumir. A *universalidade* é, assim, um potencial que se concretiza de acordo com as necessidades e interesses particulares de cada leitor. Ora, se a *universalidade é subjectivamente determinada por cada homem*, ou seja, neste caso, por cada leitor, pois é ele que escolhe os conteúdos de um jornal que lhe interessam, os conteúdos que quer ou precisa de consumir, torna-se difícil para um jornalista perceber quais são as fronteiras dos mundos objectivos dos leitores, o que dificulta a definição da política editorial de um jornal e pode gerar erros de avaliação das necessidades e interesses informativos dos leitores. Assim, Gröth defende que o jornalista deve interagir permanentemente com os leitores, para perceber melhor quais são os limites dos mundos objectivos destes últimos. Porém, sustenta também Gröth, existe um limite para a *universalidade*: o “mundo privado”, íntimo, das pessoas, que, ademais, se contrapõe à *vocação pública* do jornal.

A **actualidade** refere-se à propriedade de os jornais responderem à eterna questão do jornalismo: “o que há de novo?”. Por outras palavras, cumprir a condição da *actualidade* significa, para um jornal, informar sobre o que o homem desconhece no presente, mas que é importante para que, no tempo presente, o homem consiga compreender, conhecer e dominar o seu mundo objectivo. A *actualidade* relaciona-se, assim, com cada homem, pois o que é actual para um sujeito pode não o ser para outros sujeitos. Cada homem, possui, conseqüentemente, uma *consciência individual da actualidade*, intrinsecamente relacionada com as circunstâncias particulares do seu mundo objectivo mas igualmente articulada com o presente. Grosso modo, *o presente concretiza-se na actualidade*, representando o momento de transição entre o passado e o futuro que a *consciência* percebe e, de certa maneira, individualiza como sendo *actual*<sup>46</sup>.

Gröth explicita, porém, que a *actualidade* é, de certa forma, *con-*

<sup>46</sup> Embora não seja referido por Gröth, podemos também observar que a concretização do presente na actualidade depende não somente do sujeito mas também da realidade que é evocada. Por exemplo, o conceito de actualidade na ciência, ou o conceito de actualidade referindo-se ao estágio de desenvolvimento da sociedade, são diferentes do conceito de actualidade de um jogo de futebol, por exemplo. A actualidade é um conceito com certa elasticidade.

*flutuosa com a universalidade*, pois para se centrar no que é actual, o jornal sacrifica o contexto. Interessa-lhe mais o novo acontecimento em si do que as suas causas remotas ou as suas consequências longínquas.

A **publicidade** ou **difusão** é a última das características do jornalismo inventariadas por Otto Gröth, correspondendo à ideia de que um jornal é voz pública, opondo-se, portanto, ao segredo. O jornal, para Gröth, deve tornar públicos os conteúdos que pelo seu interesse devam ser publicamente expostos para quem os quiser conhecer. Além disso, o princípio da *publicidade* ou *difusão* manda que um jornal tenha a máxima distribuição possível. Assim, a *publicidade* relaciona-se com a *universalidade*, pois *quanto mais assuntos um jornal cobrir, maior será a sua difusão*, já que interessará a mais leitores. A consequência lógica é a de que *quanto maior for a difusão ou publicidade de um jornal, mais coisas o jornal terá de cobrir e terá mais interesses para atender*. Porém, um jornal não consegue cobrir todos os mundos objectivos de todas as pessoas do mundo. Qualquer jornal é forçado a escolher cobrir o mundo objectivo de determinado público e não de outro, limitando a sua difusão ou publicidade. É por isso que existem muitos jornais, atendendo cada um deles à cobertura do mundo objectivo do seu respectivo público e tentando fazê-lo com actualidade. Resumindo a sua posição, Gröth sustenta, então, que a *publicidade* de um jornal encontra limites: (1) na *tipologia da publicação* (um jornal especializado tem potencialmente menos leitores do que um jornal generalista); (2) nas *relações entre pessoas próximas* (um círculo de amigos ou uma família, por exemplo, não necessitam da mediação de um jornal para ficar a par do que se passa com eles); (3) na *inacessibilidade a determinadas pessoas* (por exemplo, os analfabetos não sabem ler um jornal; um português provavelmente não saberá ler um jornal em chinês; um pobre poderá não ter dinheiro para comprar um jornal todos os dias); e (4) na *falta de interesse que as pessoas demonstrem por ele* (o jornal privilegia a cobertura do mundo objectivo do “seu” público-alvo, descurando outros públicos, que, consequentemente, não o consomem). É aquilo que ele designa *Lei da Intensidade Decrescente da Informação*, no sentido de que quanto mais um jornal alarga a sua difusão, menos relevante, menos intenso, será o seu impacto no seu público; pelo contrário, quanto mais um jornal segmenta a sua difusão, mais hipóteses um jornal tem

de atingir o seu público com impacto, por atender ao mundo objectivo das pessoas que fazem parte desse público.

Uma das características de Otto Groth é que ele percebeu que a matematização das suas propostas teóricas lhe permitiria atingir graus de abstracção, objectividade, rigor e universalidade maiores<sup>47</sup>:

1. *Lei da Acessibilidade*:  $U = f(D)$

Groth vê a acessibilidade como um pressuposto para a difusão (D), estando relacionadas com a universalidade (U). A universalidade do conteúdo é essencial para a difusão. Quanto mais universal é o mundo objectivo presente dos leitores, tanto mais acessível e, portanto, mais o jornal é difundível a potenciais receptores.

2. *Lei da Difusão*:  $D = f(U)$

A difusão (D) depende da universalidade (U) do conteúdo. Quanto mais universal for o conteúdo, maior será a difusão. Esta lei pressupõe a lei da acessibilidade, no sentido de que se há mais acessibilidade, há mais universalidade e se há mais universalidade há maior difusão.

3. *Lei da Periodicidade*:  $P = f(A)$

A periodicidade (P) depende da actualidade (A). Quanto maior a actualidade que se pretenda dar ao conteúdo de um jornal, mais frequentemente este terá de aparecer, em períodos cada vez mais curtos. Uma oferta mais frequente e, conseqüentemente, maior, aumenta a difusão.

4. *Lei da Actualidade*:  $A = f(P)$

A actualidade dos conteúdos depende da periodicidade, pois quanto mais frequente for a periodicidade mais actuais serão os conteúdos.

---

<sup>47</sup> O autor deste capítulo, na sua Teoria Multifactorial da Notícia, tenta fazer o mesmo, ao considerar que uma notícia é sempre o resultado (produto) da interacção de várias forças com pesos variáveis. Na equação de Sousa, o produto (unidade) “notícia” resulta da interacção (multiplicação) de factores como a força pessoal, a força social, a força cultural, etc., cada um deles com um peso variável na equação.

Para Groth, a difusão (D) depende directamente da soma da universalidade (U) com a actualidade (A), ou seja:  $D = f(U+A)$  e a periodicidade (P) depende da soma da actualidade (A) com a universalidade (U), ou seja:  $P = f(A + U)$ .

Já Emil Dovifat<sup>48</sup>, na linha de Groth, afirma que a notícia constitui uma “comunicação sobre os factos surgidos na luta pela existência do indivíduo e da sociedade”, sendo: (1) de *utilidade e valor para o receptor*; (2) *nova*, no sentido de ser recém transmitida; e (3) comunicada através de um terceiro e exposta à *interferência subjectiva* deste último (que pode ser um jornalista), consciente ou não, para provocar efeitos no receptor. O jornal, enquanto veículo, transporta informações sobre os *acontecimentos mais recentes* nos *mais curtos e regulares* períodos de tempo, almejando ainda ter a maior *circulação* possível. Portanto, o jornalismo, segundo Dovifat, é definido por três funções, que se metamorfoseiam em três objectivos: 1) *Actualidade* (dar notícias cada vez mais recentes); 2) *Máxima periodicidade* (difundir notícias em espaços de tempo cada vez mais curtos); e 3) *Máxima difusão* (levar as notícias cada vez mais actuais, dadas em espaços de tempo cada vez mais curtos, a cada vez mais leitores).

Reflectindo sobre as relações entre o jornalismo, que ele entendia ter uma “missão pública”, o direito e o poder político, Dovifat (1959: 17) considera que “Se bem que a liberdade de imprensa figure desde o princípio como um fundamento geral de toda a constituição democrática dentro do direito do homem à liberdade de opinião, o reconhecimento da missão pública da imprensa fez-se bastante mais tarde e somente muito depois chega a compreensão de que essa missão pública reclama direitos especiais e implica obrigações”.

<sup>48</sup> Consultou-se a edição mexicana de 1959 de *Periodismo*, mas a edição alemã original é anterior. As relações estreitas entre o pensamento de Groth e o de Dovifat e o facto de grande parte da produção teórica deste último autor ser anterior a 1950 levou-nos a incluir algumas referências sobre as suas ideias neste capítulo, apesar deste ser dedicado aos estudos anteriores a 1950.

#### **4.5 A aparição das teorias críticas de cariz marxista, a Escola de Frankfurt e os seus contributos para o campo científico dos Estudos Jornalísticos**

A chamada Escola de Frankfurt, decorrente da fundação, por Adorno e Horkheimer, do Instituto de Investigação Social de Frankfurt, Alemanha, em 1923, apresenta uma visão sociológico-filosófica de raiz marxista sobre a comunicação social e a cultura em que os conceitos de poder e dominação são centrais. Mas, mais do que isso, os autores filiados nessa escola de pensamento eram, como ensinava o marxismo, orientados para a acção, no sentido de quererem contribuir para a transformação da sociedade (mais concretamente para uma transformação *socialista* da sociedade).

Os estudos críticos frankfurtianos iniciais foram constituídos, essencialmente, por obras especulativas e reflexivas, sem base empírica, sobre o papel dos meios de comunicação numa sociedade capitalista. A interpretação que esses autores faziam da sociedade e da cultura era, aliás, essencialmente ideológica, usando amiúde os conceitos marxistas clássicos, em particular os conceitos operativos de classe social, poder e capitalismo.

Deve recordar-se, neste ponto, que, segundo o que Marx expôs em *O Capital*, ainda no século XIX, o poder é o princípio organizador das sociedades capitalistas. O capitalismo, à luz do marxismo, é caracterizado como um modo de produção que gera classes sociais hierarquizadas e, inevitavelmente, gera também conflitos entre essas classes. O capitalismo, para sobreviver, depende mesmo, de acordo com Marx, da criação de desigualdades sociais e da exploração da maioria de trabalhadores, que agregam valor diferenciado aos produtos, em benefício da classe capitalista, que lucra com a venda desses produtos a todas as classes, incluindo os trabalhadores. Por isso, Marx previu que as contradições do capitalismo, nomeadamente os conflitos entre classes sociais, originariam a destruição do sistema capitalista. Porém, ao contrário do que Marx previu, o capitalismo não acabou. No início do século XX, o sistema capitalista fortalecia-se e, de certa maneira, humanizava-se (reformismo, segurança social...), passada a fase mais traumática da Revolução Industrial. Uma das ideias que presidiu à criação do Instituto de Investigação Social de Frankfurt foi precisamente tentar ex-

plicar por que razão as previsões supostamente científicas de Marx de destruição do capitalismo por si mesmo não se tinham verificado. Neste contexto, os teóricos de Frankfurt encontraram vários “culpados” para explicar o fracasso da previsão de Marx. Um deles foi a comunicação social, incluindo o jornalismo (que normalmente não é individualizado nos estudos críticos frankfurtianos). Na visão dos autores de Frankfurt, a comunicação social, no seio da cultura, contribui para “adormecer” a consciência de classe nas classes oprimidas e leva estas últimas a aceitar um sistema que impõe uma ideologia e relações estruturais de poder e domínio benéficas unicamente para as classes dominantes<sup>49</sup>. A Escola de Frankfurt procurou demonstrar, em suma, que os produtos culturais contribuem para criar, reproduzir e manter não apenas a ideologia dominante numa sociedade mas também, e por consequência, a própria estrutura da sociedade. Dito por outras palavras, a sociedade recria-se e reproduz-se constantemente com base na ideologia dominante, em parte devido à força e ao carácter sedutor dos produtos culturais, em particular dos *mass media*.

Para os teóricos de Frankfurt, a cultura é primariamente um *sistema material*<sup>50</sup> que abarca as condições económicas, sociais e políticas, ex-

<sup>49</sup> Recorde-se que a visão marxista clássica separa as classes essencialmente pela posse dos meios de produção, mas revisões neo-frankfurtianas propõem também diferenciações de classe pelo domínio do conhecimento. Outros teóricos neo-frankfurtianos, em vez de usarem o conceito marxista tradicional de “classe”, focalizam-se nas relações de género e nos grupos minoritários (grupos não heterossexuais, idosos e crianças, grupos religiosos marginais, pessoas portadoras de deficiência, etc.).

<sup>50</sup> A concepção de Frankfurt opõe-se, de certa forma, às teorias culturoológicas que vêem na cultura primariamente um *sistema simbólico*. Nas teorias culturoológicas, a experiência do mundo e a existência apenas adquirem significado para os indivíduos, ou seja, sentido, porque os indivíduos interpretam e representam essas condições para eles mesmos e para os outros. As condições materiais não são ignoradas, mas a abordagem culturoológica centra-se nos códigos culturais que dão sentido ao mundo e que se expressam em todas as actividades sociais (na arte, na religião, na literatura, na arquitectura, na lei e no direito, no desporto, nos *media*, na política, na investigação científica, na inovação tecnológica, etc.). Pode, porém, haver diferenças no domínio desses códigos culturais (por exemplo, um advogado normalmente domina melhor o direito do que o cidadão comum), pelo que, por vezes, as teorias culturoológicas também entram no debate sobre o *poder* (lembre-se, por exemplo, as teorias da modelação social do conhecimento, também conhecidas por teorias do distanciamento social ou *knowledge gap*). No entanto, a visão que as teorias culturoológicas têm do

pressas numa grande variedade de formas. As realidades materiais configuram, assim, as experiências culturais das pessoas, as representações simbólicas que estas fazem de si e de terceiros e, conseqüentemente, configuram também os actos comunicativos. Conseqüentemente, as relações sociais, segundo a matriz de pensamento frankfurtiano, são configuradas pelas condições materiais da sociedade. Ora, a sociedade não é equitativa nem igualitária. Segundo os teóricos frankfurtianos, os recursos, a riqueza e o poder diferenciam a sociedade em classes, sendo que a classe com mais recursos, riqueza e poder (classe capitalista, burguesia) tende a dominar as restantes, impondo-lhes uma ideologia que mantém quer as relações de poder e dominação quer o desequilíbrio em recursos e riqueza. As desigualdades sociais determinam, além disso, desigualdades no acesso ao conhecimento. Dominar o conhecimento, na perspectiva frankfurtiana, é uma forma de exercer poder e domínio. Assim, nesse quadro global, os pesquisadores frankfurtianos, focando-se em conceitos como classe social, capitalismo, estado e poder, tendem a analisar as condições materiais (1) para explicar os mecanismos de dominação cultural e ideológica, (2) para decifrar as formas como uma cultura dominante representa e dá significado às relações de poder e domínio que se estabelecem no seu seio e (3) para compreender porque razão determinados grupos (por exemplo, grupos marginais ou grupos subordinados), numa mesma cultura, representam simbolicamente de forma divergente as relações sociais (por exemplo, trabalhadores marxistas podem ver na relação com o patronato uma relação de opressão).

O italiano Antonio Gramsci<sup>51</sup>, na linha da teorização da sociedade

---

poder não é estruturalista nem determinista, pois as teorias culturais admitem que existe espaço para negociação, contestação e resistência dentro do sistema cultural (por exemplo, quem não concorda com a instituição social do casamento pode nunca se casar e viver em união de facto...), tal como existe espaço para os indivíduos dominarem cada vez melhor os códigos culturais em que estão em desvantagem (por exemplo, a educação formal, além de poder permitir a ascensão social, também oferece um maior domínio de determinados códigos culturais). Por isso, as teorias culturais direccionam-se mais para a colectividade em geral, enquanto os frankfurtianos tendem a interpretar mais simplistamente a sociedade em termos do binómio poder/dominação e tendem, igualmente, a focalizar-se em categorias específicas dentro da colectividade, nomeadamente nas *classes sociais*, nos *grupos minoritários* ou ainda no *género feminino* (visto frequentemente como oprimido por uma sociedade machista e patriarcal).

<sup>51</sup> Gramsci foi secretário do Partido Comunista Italiano. Preso pelo regime fascista

desenvolvida pela Escola de Frankfurt, apresentou, nos anos trinta do século XX, o conceito de **hegemonia**, frequentemente aplicado aos estudos jornalísticos. Esse conceito permite operativamente autonomizar a ideologia dentro da esfera do materialismo cultural.

A hegemonia, no pensamento gramsciano, pode ser considerada uma instância ideológica de representação e atribuição de sentido para o mundo formatada pela classe dominante. A hegemonia é alcançada quando a classe dominante consegue a adesão das classes dominadas à sua forma de enquadrar o mundo, fazendo-a passar por natural (“é o que o mundo é”). Dominando hegemonicamente as crenças, os comportamentos e os sentidos que são atribuídos ao mundo, as classes dominantes, minoritárias, perpetuam o seu domínio sob as classes dominadas, maioritárias. O triunfo da cultura capitalista organizada pela burguesia em seu próprio benefício é, segundo Gramsci, o perfeito exemplo de uma hegemonia bem sucedida.

A hegemonia explica, segundo Gramsci, como a classe capitalista num estado democrático de direito moderno mantém as relações de poder e dominação sobre as restantes classes. Para Gramsci, a hegemonia permite gerar consensos que evitam o recurso a medidas coercivas para impedir a dissidência e o desvio. A hegemonia, para Gramsci, é, então, uma instância de domínio cultural que leva a um consenso social através do qual se perpetuam, naturalizam e legitimam as relações de poder e domínio de determinadas classes sociais sobre as demais, de uma minoria poderosa e detentora da maior parte do capital sobre a maioria das pessoas. Esse consenso, em conformidade com Gramsci, é gerado pela acção de instâncias de socialização e aculturação públicas e privadas, como as escolas, as religiões, as famílias, os sindicatos e, para aquilo que nos interessa, os *mass media*, cujas *retóricas* operam no sentido de garantir a hegemonia<sup>52</sup>. Assim, a cultura, de acordo com o pensamento gramsciano, é expressa, essencialmente, como *discurso ideológico*, razão que explica por que a comunicação social, máquina retórica por excelência, está, segundo Gramsci, a ganhar terreno às res-

---

italiano nos anos Trinta do século XX, aproveitou o tempo para escrever os seus famosos *Cadernos da Prisão*, onde expôs a teoria da hegemonia. Morreu pouco tempo depois de ter sido libertado (1937) e já não assistiu à II Guerra Mundial.

<sup>52</sup> Por isso os teóricos de Frankfurt prestam grande atenção à análise dos discursos e da linguagem.

tantes instâncias de socialização e aculturação<sup>53</sup>. Portanto, na linha de raciocínio gramsciana, a retórica hegemónica condiciona os indivíduos a aceitarem o sistema simbólico da minoria que detém o poder e que o exerce para seu próprio benefício. A ordem hegemónica, em consequência, mantém-se graças à *comunicação contínua* de uma ideologia coerente que, no entanto, reflecte os interesses e a visão do mundo da minoria detentora do poder e dos recursos que lhe permitem exercer constantemente essa acção comunicativa. Por outras palavras, e como dissemos acima, as condições materiais desenham a ideologia da classe dominante, ou seja, a hegemonia, legitimando-a retoricamente junto do todo social ao conotá-la com a ideia de que a estrutura social existente é simplesmente “a forma do mundo”.

De acordo com o pensamento gramsciano, o Estado é, consequentemente, composto por mais do que instituições políticas, administrativas, legislativas e judiciais. Nele devem ser incluídas todas as instituições culturais, públicas e privadas, incluindo os *mass media* em geral e os meios jornalísticos em particular, que funcionam como artífices do consenso hegemónico que consigna o poder aos capitalistas enquanto classe dominante. Essas instituições de socialização e aculturação funcionam, de acordo com Gramsci, pela persuasão, podendo ser contrapostas às agências coercivas controladas pela burocracia administrativa do Estado: as Forças Armadas, as polícias, o poder judicial, as autoridades penais e o sistema fiscal. Além disso, as instâncias persuasivas de socialização e aculturação (escola, comunicação social...) operam desde a infância. Consequentemente, desde a mais tenra idade que os discursos ideológicos condicionam a percepção da realidade de todos os indivíduos, embora as relações entre ideologia e estatuto social não estejam pré-determinadas, pois através da luta ideológica é possível a um indivíduo encontrar significados alternativos para o mundo, para os outros e para as relações que o ligam a ambos. Assim, embora de acordo com o pensamento gramsciano haja significados predominantes no discurso

---

<sup>53</sup> É de realçar que investigações mais recentes têm sugerido dados que contrariam essa ideia. A família, os grupos circum-familiares e a escola continuam a ser as principais instâncias de socialização e aculturação, aquelas que determinam primariamente a visão do mundo e dos outros que cada indivíduo constrói, embora a influência da comunicação social na socialização e aculturação dos indivíduos não possa ser esquecida.

ideológico, nenhum significado ideológico é imutável. Inclusivamente, para Gramsci, nos estados democráticos de direito são apresentadas discursivamente várias ideologias no seio da ordem cultural hegemónica, são mostradas concorrentialmente várias formas de olhar para o mundo e para os outros, pelo que, de certa maneira, segundo Gramsci, os discursos competem uns com os outros por dar sentido à experiência humana. As ideologias dominantes lutam por alcançar e manter uma hegemonia através da comunicação contínua, mas não podem garantir totalmente o consenso ideológico, em especial nos estados democráticos de direito<sup>54</sup>. Daí que a hegemonia se tenha de ganhar, o que implica uma acção contínua para a garantir.

De facto, segundo Gramsci, o estado capitalista hegemónico é uma força unificadora e uniformizadora da cultura a que os *media* do sistema não se conseguem subtrair, pois, como dissemos, na perspectiva gramsciana o estado capitalista hegemónico possui instâncias mediadoras e preventoras do conflito e da dissidência que, operando pela persuasão, conseguem que os indivíduos adiram à ordem hegemónica, mesmo quando esta ordem atenta contra os seus interesses e gera relações de subordinação da maioria de trabalhadores a uma minoria capitalista, detentora dos meios de produção. Porém, podem aparecer vagas contra-hegemónicas que podem transformar-se em novas hegemonias, substituindo a hegemonia anterior. Por isso, os estados capitalistas, segundo Gramsci, agem activamente no sentido de evitar que movimentos contra-hegemónicos se transformem em novas hegemonias. A hegemonia, podendo ganhar-se ou perder-se, requer, assim, constante atenção do estado capitalista, que dedica grande parte das suas energias a man-

---

<sup>54</sup> Recorde-se, neste ponto, que a hermenêutica sustenta que somos forçados a interpretar o mundo e os seus objectos para lhes podermos atribuir significado. Assim, as teorias hermenêuticas propõem que a recepção de um discurso é feita sempre com base em factos, associações, pressupostos, ideias, expectativas, motivações, crenças, memórias (reais ou fabricadas) e todo um sem número de circunstâncias que rodeiam essa recepção. Um discurso pode reforçar e realçar o sistema de crenças, valores e expectativas do receptor, ou seja, o seu “horizonte de significado”, mas também o pode confrontar ou contradizer. Idealmente, o sentido dado por um emissor a um discurso, de acordo com um enquadramento disponível, coincide de forma bem sucedida com o sentido que o receptor (cruzamento de enquadramentos) lhe dá. Porém, isso nem sempre acontece, o que evidencia que existe espaço para a luta discursiva entre discursos que incorporem diferentes ideologias, ou seja, diferentes formas de olhar para o mundo. (Ver: Outhwaite, 1985).

ter o sistema que assegura essa mesma hegemonia (as escolas, os partidos políticos, etc.). O sistema legitima a ordem hegemónica e impõe a hegemonia às consciências individuais, mesmo quando as experiências pessoais dos indivíduos, em particular dos membros das classes dominadas, entram em conflito com os pressupostos dessa mesma hegemonia. Apesar de tudo, os diferentes estados capitalistas não têm, na visão gramsciana, idêntico sucesso em impor uma ordem hegemónica à sociedade. As culturas hegemónicas abarcam quer sistemas fechados, onde os dissidentes têm estreita margem de manobra, quer culturas abertas, onde a resistência à hegemonia pode florescer e conduzir a alternativas contra-hegemónicas.

Em 1947, Adorno e Horkheimer publicaram um artigo em que baptizaram a indústria mediática como **indústria cultural**, ou seja, indústria de produção simbólica, de produção de sentidos. O termo pegou, talvez devido à sua aplicabilidade, já que, ao considerar-se a produção cultural como indústria, salienta-se, em concomitância, a perda de originalidade e de criatividade dos **produtos culturais**, cada vez mais estandardizados e homogéneos.

Para Adorno e Horkheimer (1947), a estandardização e homogeneização dos produtos culturais reduz os riscos, facilita as vendas e, por consequência, contribui para dar lucro à indústria cultural. O consumo dita, assim, a produção. A lógica da produção cultural é a lógica do mercado. Em contrapartida, as pessoas deixam de ser autoras da cultura para se transformarem em vítimas de uma cultura de estereótipos e de baixa qualidade predominantemente difundida pelos meios de comunicação social.

Na versão de Adorno e Horkheimer (1947), para se impor, a indústria cultural teve de construir mitos, sendo um deles o da individualidade. Porém, para esses pensadores, mergulhado num caldo de cultura homogéneo, o indivíduo deixa de se diferenciar. Pelo contrário, cada vez se assemelha mais aos outros indivíduos. Os conflitos representados nos meios de comunicação social nada alteram de substancial. São, segundo esses filósofos-sociólogos, meros simulacros, destinados a aparentar uma heterogeneidade que na realidade não existe.

Para Adorno e Horkheimer (1947), a tendência para a homogeneização dos produtos culturais está relacionada com a integração ideológica da sociedade. Para eles, as pessoas tendem a aderir acriticamente a

valores que lhes são impostos pela força da indústria cultural, não exprimindo o que pensam mas sim o que a indústria cultural quer que elas pensem. O caso mais sintomático, segundo os autores, é o do divertimento, que estaria a relacionar-se, crescentemente, com a supressão do pensamento, com o "ir na onda", aderindo sem pensar.

Na versão de Adorno e Horkheimer (1947), o ritmo rápido com que são apresentados os produtos da indústria cultural e o carácter sedutor de cada um deles entorpece e desarma as pessoas, potenciando a sua manipulação e assegurando a perpetuação da indústria cultural tal como está estruturada. Poderíamos dizer que, de acordo com Adorno e Horkheimer (1947), metaforicamente, os indivíduos pouco mais são do que ovelhas à mercê do lobo.

Em conclusão, pode dizer-se que os estudos frankfurtianos reforçaram a ideia de que os meios de comunicação exercem uma poderosa influência sobre as pessoas e a sociedade e que tentam demonstrar, como salienta Rüdiger (2001: 139), que o capitalismo ultrapassou a esfera económica para penetrar no campo da formação das consciências, através da indústria cultural, que transforma os bens culturais em mercadorias.

Pode dizer-se também que a Escola de Frankfurt influenciou alguns pensadores europeus e promoveu uma desvinculação dos estudos empíricos, privilegiados nos Estados Unidos. Assim, na primeira metade do século XX, enquanto a investigação académica americana se tornou predominantemente quantitativa e funcional, pontificando nela as análises de conteúdo, os inquéritos e mesmo as experiências laboratoriais, a pesquisa europeia tornou-se predominantemente reflexiva, filosófica e até mesmo ideológica, sem ancoragem directa e empírica à realidade. No entanto, essa tendência foi ultrapassada por neo-frankfurtianos que recorrem amiúde aos métodos empíricos, sobretudo no campo dos *estudos culturais*<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Os "estudos culturais" (Escola de Birmingham) podem considerar-se uma evolução revisionista do pensamento original da Escola de Frankfurt que incorpora também outras influências. Trata-se de uma linha de pensamento comunicacional que se formou a partir dos finais dos anos cinquenta, quando alguns pesquisadores britânicos se congregaram em torno do que se haveria de tornar, em 1964, no Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham, para investigar questões culturais desde a perspectiva histórica. Os trabalhos pioneiros em que se alicerçaram os estudos culturais foram *The Uses of Literacy* (1958), de Richard Hoggart, fun-

A finalizar, uma pequena chamada de atenção para as relações entre a Escola de Frankfurt e os métodos empíricos. O próprio Adorno se envolveu em pesquisa empírica (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson e Sanford, 1950) no período em que esteve nos Estados Unidos, pelo que não pode ser considerado relevante um postulado tão difundido como falso de que os teóricos de Frankfurt rejeitavam *a priori* os métodos empíricos da mal-alcunhada “pesquisa administrativa” (“*administrative research*”), que mais não é, afinal, do que a pesquisa empírica, que deve marcar todas as ciências. Aliás, conforme salienta Lang (1996: 3), quando regressou à Alemanha, Adorno, embora tivesse anteriormente discordado da possibilidade de se “medir a cultura”, procurou usar, comedidamente, métodos empíricos, designadamente dados estatísticos, de maneira a impedir que a pesquisa sociológica-filosófica que ele encarnava se tornasse uma mera disciplina de reflexão humanística.

---

dador do Centro e seu primeiro director, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, e *The Making for the English Working Class* (1963), de E. P. Thompson. Esses livros não pretenderam inaugurar uma nova disciplina, mas a partir dos seus diferentes âmbitos acabaram por delimitar um novo campo de estudos que se opunha ao paradigma funcionalista americano, que tinha crescente aceitação na Europa (Rodrigues dos Santos, 1992: 51), e revia as posições da crítica marxista, do estruturalismo francês e da Escola de Frankfurt, embora investigasse as questões da ideologia. De acordo com Hall (1980: 63), os estudos culturais expandem a noção de cultura, pois vêem-na como o conjunto intrincado de todas as práticas sociais e estas práticas como uma forma comum de actividade humana que molda o curso da história. Hartley (2004: 110) explica que os estudos culturais procuraram “explicar as diferenças e práticas culturais não por referência a valores intrínsecos ou eternos (em que medida são bons?), mas por referência ao mapa global das relações sociais (no interesse de quem?)”. Assim, o poder e as relações de poder e dominação tornaram-se um objecto dos estudos culturais, ao contrário do que sucede, por exemplo, na tradicional crítica literária e artística. Em consequência, nos estudos culturais analisam-se, também, as práticas culturais de grupos negligenciados noutras análises, especificamente dos grupos que à luz da teoria crítica frankfurtiana se podem considerar “dominados”, como os trabalhadores.

#### 4.6 Contributos dos estudos funcionalistas sobre os efeitos do jornalismo e da comunicação em geral ao campo científico dos Estudos Jornalísticos

A preocupação com os efeitos das notícias e da comunicação em geral não se restringiu às perspectivas críticas da Escola de Frankfurt nem às perspectivas dos primeiros sociólogos que estudaram a imprensa como instituição social, a modelação social do conhecimento ou a influência do jornalismo na opinião pública. Foram vários os pesquisadores que enveredaram por pesquisas funcionalistas para avaliar os efeitos do jornalismo e da comunicação sobre as pessoas.

A **persuasão**, por exemplo, foi um tema muito estudado na primeira metade do século XX, com aplicações aos enunciados jornalísticos. Estudos empíricos independentes de psicologia, psicologia social e sociologia conduzidos por pesquisadores como Klapper, Lazarsfeld, Katz, Berelson e Gaudet, mostram que as pessoas têm mecanismos de defesa contra a persuasão e que o poder dos media é principalmente o de cristalizarem opiniões existentes e não o de alterá-las. Mostram, também, que para além dos media há outros agentes mediadores na formação de opiniões e ideias, como os líderes de opinião. Nasceram, assim, as ideias dos **efeitos limitados** da comunicação social.

Klapper (1948), dando início a um trabalho que terminaria somente em 1960 (*The Effects of Mass Communication*), concluiu que os meios de comunicação têm efeitos nas audiências principalmente quando a sua orientação discursiva já corresponde à orientação da própria audiência e aos valores culturais da sociedade, pois as pessoas têm vários mecanismos de resistência à persuasão. Para o autor, o medo da propaganda, da manipulação ou da indução de comportamentos desviantes por parte dos *mass media* é, em grande medida, infundado. Isto não significa, sustenta Klapper (1948; 1960), que os meios tenham um discurso não enviesado. Pelo contrário, o autor argumenta que os meios têm, tendencialmente, um discurso social e culturalmente conservador, no sentido de que reforçam as visões do mundo e os valores culturais já presentes na sociedade. Neste sentido, para Klapper (1948/1960) os meios alimentam e reforçam simbolicamente o *statu quo*. O êxito da comunicação social, aliás, segundo o autor, depende mesmo dessa sua predisposição para corresponder aos valores culturais já existentes na sociedade e

às necessidades das pessoas. Em resumo, segundo Klapper a audiência controla os meios ao ditar o seu sucesso ou insucesso. Assim, numa sociedade democrática, individualista, capitalista e hedonista, os meios de comunicação social, em geral, reflectem valores pluralistas, democráticos, individualistas, capitalistas e hedonistas, pois para terem êxito e sobreviverem têm de corresponder às expectativas das pessoas nessa sociedade. As palavras nos *media* têm, em suma, de traduzir a cultura e, neste sentido, têm de traduzir o “mundo comum”<sup>56</sup>, o que não significa, porém, que não possam existir meios de comunicação segmentados que se direccionem para grupos marginais, menos integrados na sociedade e na cultura. As ideias de Klapper (1948/1960), que ele classifica de “aproximação fenomística” aos efeitos da comunicação social, estão na base do desenvolvimento da perspectiva de análise conhecida por “usos e gratificações”, tal como foi baptizada por Blumler e Katz (1974).

Um dos primeiros estudos sobre os efeitos do jornalismo elaborado de acordo com a perspectiva dos usos e gratificações foi o de Berelson (1949). O autor interrogou os nova-iorquinos sobre a falta que os jornais lhes tinham feito durante uma greve da imprensa, tendo concluído que as pessoas ficaram algo desorientadas porque usavam os meios para não se sentirem à margem do mundo e para obterem determinadas informações, sendo assim que obtinham compensações pelo consumo dos *media*.

Em resumo, a perspectiva funcionalista dos usos e gratificações pressupõe uma relativização do poder dos meios de comunicação sobre as pessoas e a sociedade, pois coloca a sua atenção no indivíduo, especialmente nos seus hábitos de consumo mediático, procurando entender os usos que as pessoas fazem da comunicação social para satisfazerem necessidades e serem gratificadas, através do consumo de mensagens. Assim, essa perspectiva inverte a lógica tradicional da investigação em comunicação social: em vez de analisar o que os meios fazem às pessoas, procura-se observar o uso que as pessoas fazem da comunicação social.

Por seu turno, Hovland, Lumsdaine e Sheffield (1949) descobriram a **lei do emissor** em comunicação. A mesma mensagem, consoante o

---

<sup>56</sup> Carey (1996: 33), remetendo para Cavell, explicita que os meios de comunicação comuns propõem um “mundo comum”, no sentido de “mundo partilhado”, processo que sustenta a criação de comunidades.

emissor seja mais ou menos credível aos olhos do receptor, tende a ser mais ou menos persuasiva. Porém, segundo os autores, a "lei do emissor" funciona, principalmente, logo após a mensagem ser consumida, porque, posteriormente, os seus efeitos perdem força.

Hovland Lumsdaine e Sheffield (1949) descobriram, também, que as pessoas educacionalmente mais favorecidas podem ser convencidas com maior facilidade se, a propósito de uma questão, se levantarem várias perspectivas; pelo contrário, as pessoas com menores "níveis" educacionais tendem a ser mais facilmente persuadidas se apenas for invocado um dos lados da questão em causa. O perfil psicológico e a educação tornam, assim, as pessoas mais ou menos resistentes à persuasão.

Em *Experiments in Mass Communication*, Hovland, Lumsdaine e Sheffield (1949) põem, ainda, em relevo o mecanismo da **atenção seletiva**, no que vão ao encontro de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944). Eles perceberam que as pessoas tendem a procurar, aceitar e consumir as mensagens que vão ao encontro dos seus interesses e do seu sistema de crenças, valores, expectativas e ideias e a rejeitar ou deturpar as mensagens que colidam com esse sistema. Para esses autores, os *media* são, em suma, mais capazes de activar predisposições e reforçar convicções do de as alterar. De qualquer modo, já anteriormente Cooper e Jahoda (1947) tinham explicado a existência de *mecanismos individuais de defesa contra a persuasão* que estão relacionados com a *fuga psicológica a determinadas mensagens* ou com a *recusa em interpretá-las*.

Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) descobriram, ainda, a importância dos *líderes de opinião* na mediação de sentido para as mensagens recebidas dos *media*, configurando o modelo do *fluxo de comunicação em duas etapas* (*two-step flow of communication*). Esse mesmo modelo foi, de resto, seguido por Merton (1946), que distinguiu os líderes de opinião de acordo com a respectiva área de influência: *líderes cosmopolitas* exercem a sua liderança num contexto alargado (por exemplo, figuras públicas), enquanto os *líderes locais* têm influência a pequena escala.

## 5 Conclusões

A breve e necessariamente incompleta historiografia da génese dos Estudos Jornalísticos e das ideias, hipóteses e teorias que os influenciaram até cerca 1950, exposta acima, permite-nos extrair três grandes conclusões, a saber:

1. Os Estudos Jornalísticos surgem na Europa Setecentista, em particular na Alemanha, sendo momento marcante a tese de Tobias Peucer (1690). A Academia da época teve necessariamente de prestar atenção a um quotidiano modificado pela presença dos jornais, em particular dos *jornais noticiosos diários*<sup>57</sup>.
2. O pensamento jornalístico europeu do século XVII providenciou a matriz em que se desenvolveram os Estudos Jornalísticos posteriormente, pois deu atenção: (a) à **interacção entre jornalismo, pessoas e sociedade**; (b) à **retórica do jornalismo**, o que equivale a dizer que deu atenção ao *discurso jornalístico* e aos *géneros, estilos e técnicas jornalísticos*; (c) à **crítica ao jornalismo**; e (d) à discussão sobre a **liberdade de expressão e de imprensa** e à **ética jornalística**. No século XIX, a **historiografia do jornalismo** juntou-se às quatro áreas anteriores. Houve, certamente, aprimoramentos e avanços na teorização sobre jornalismo, mas muitas das grandes ideias e correntes de pensamento sobre jornalismo que (erroneamente) situamos no século XX são anteriores. Podem não ter sido formuladas usando os termos que hoje em dia usaríamos, mas existem e é preciso recuperá-las para percebermos a evolução histórica da teorização sobre jornalismo.
3. Os primeiros autores que desenvolveram cientificamente o campo dos Estudos Jornalísticos, especialmente aqueles que o inseriram no campo científico das ciências humanas e sociais durante o século XIX, foram europeus. O jornalismo e a teorização sobre ele são de génese europeia e só depois se estenderam a países como

---

<sup>57</sup> O carácter noticioso do jornalismo nunca se perdeu, ao contrário do que por vezes se escreve. Mesmo a “imprensa partidária” dos séculos XVIII e XIX publicava notícias, ainda que muitas vezes enquadradas pela ideologia servida pela publicação. É por isso que os escritos sobre jornalismo, em particular a partir do século XVII (recorde-se Peucer, 1690), se preocupam bastante com as notícias.

os Estados Unidos e outros. Ignorar os contributos que foram legados à pesquisa e reflexão sobre jornalismo pelos pesquisadores e pensadores europeus desde o século XVII é cientificamente tão equivocado como desprezar os contributos dos autores posteriores, dos mais diversos países, para o entendimento do que foi e é o jornalismo e quais as interações que esta nobre actividade estratégica de comunicação social estabeleceu e estabelece com os indivíduos e as sociedades ao longo da história, em função da cultura subjacente a cada momento histórico.

É óbvio que as limitações humanas obrigam sempre um autor a privilegiar determinada orientação e a escolher determinadas fontes, mas o que não é óbvio é ignorar a memória histórica da pesquisa em jornalismo. Assim, é possível estabelecer linhas de influência entre os precursores do campo científico dos Estudos Jornalísticos. Os fundadores europeus do campo no século XVII influenciaram os autores europeus do século XIX que desenvolveram o pensamento jornalístico enquadrando-o nas ciências sociais e humanas emergentes. A Escola de Chicago bebeu grande parte das suas preocupações e ideias nessa matriz proporcionada pelos pesquisadores europeus. Os teóricos de Chicago influenciaram a Escola de Toronto ou Escola Canadiana (através de Innis) e também o Funcionalismo e as suas posições desaguarão na grande escola de pensamento jornalístico e comunicacional contemporânea que poderíamos comumente designar por Sociologia Interpretativa, muito marcada pelas perspectivas construtivistas. Os métodos empíricos, que já tinham sido usados por autores europeus do século XVII, foram recuperados e reformulados por pesquisadores norte-americanos e europeus do século XIX e XX. Por outro lado, a crítica ao jornalismo também se iniciou na Europa, sendo de salientar, neste particular, as ideias de Marx, que redireccionaram o pensamento crítico sobre a comunicação das questões da liberdade de imprensa para as questões da ideologia e influenciaram o pensamento da Escola de Frankfurt e de autores como Gramsci. A evolução da pesquisa em jornalismo permitiu, inclusivamente, uma certa miscigenação das ideias e métodos de pesquisa, como é visível hoje em dia, em que mais do que se-

guir uma escola teórica vários autores tentam aproveitar o que de relevante lhes podem dar as várias escolas.

## 6 Bibliografia

AA.VV. *História do Homem nos Últimos Dois Milhões de Anos*. Lisboa: Selecções do Reader's Digest, 1975.

ABÉLÉS, M. Encenações e rituais políticos – Uma abordagem crítica. *Comunicação e Linguagens*, n.º 21-22, 1995.

ABRIL, G. *Teoría General de la Información*. Madrid: Cátedra, 1997.

ADONI, H. e MANE, S. Media and the social construction of reality. Toward and integration of theory and research. *Communication Research*, vol. 11, n.º 3, 1984.

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas, in CURRAN, J.; GUREVITCH, M. e WOOLLACOT, J. (Eds.). *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977 [Edição original de 1947].

ADORNO, T. Television and the patterns of mass culture. *Quarterly of Film, Radio and Television*, vol. 8, 1954.

ADORNO, T. W.; FRENKEL-BRUNSWIK, E.; LEVINSON, D. J. E SANFORD, R. N. *The Authoritarian Personality*. New York: Harper, 1950.

AGOSTINI, A. La tematizzazione. Selezione e memoria dell'informazione giornalistica. *Problemi dell'informazione*, vol. IX, n.º 4, 1984.

ALBERTOS, J. L. Efectos de la tecnología electrónica sobre la comunicación periodística. *Revista de Ciencias de la Información*, n.º 5, 1988.

ALCADE, C. *Como Leer Un Periodico*. Barcelona: ATE, 1981.

ALLPORT, G. W. e FADEN, J. M. The psychology of newspapers: Five tentative laws. *Public Opinion Quarterly*, vol. 4, n.º 4, 1940.

- ALSINA, M. R. *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas*. Barcelona/Castelló de la Plana/Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, de la Universidad Jaume I, de la Universidad Pompeu Fabra y de la Universidad de Valencia, 2001.
- ALSINA, M. R. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós, 1993.
- ALSINA, M. R. *Los Modelos de la Comunicación*. Segunda edición. Madrid: Tecnos, 1995.
- ALTHEIDE, D. *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- ALTHEIDE, D. e SNOW, R. P. *Media Logic*. Beverly Hills: Sage, 1979.
- ALTHEIDE, D. e SNOW, R. P. Toward a theory of mediation, in ANDERSON, J.A. (Ed.). *Communication Yearbook 11*. Beverly Hills: Sage, 1988.
- ALTHUSSER, L. *Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1974 [Edição original de 1971].
- ALTSCHULL, J. H. *Agents of Power: The Role of News Media in Human Affairs*. New York: Annenberg Longman Communication Books, 1984.
- ÁLVAREZ, B. *El Libro del Periodista*. Madrid: s/e.
- ÁLVAREZ, J. T. *Historia y Modelos de la Comunicación en el Siglo XX*, Barcelona: Ariel, 1987.
- ANDERSON, J. A. e MEYER, T. P. *Mediated Communication. A Social Action Perspective*. Beverly Hills: Sage, 1988.
- ANDREWS, A. *History of British Journalism*. 2 vols. London: Richard Bentley, 1859.
- ANGELL, N. *The Press and the Organization of Society*. London: The Labour Publishing, 1922.

ARCO Y MUÑOZ, L. *El Periodismo en Terragona. Ensayo Histórico-Bibliográfico*. S/l: s/e, 1908.

ARCO Y MUÑOZ, L. *La Prensa Periódica en España Durante la Guerra de la Independencia (1808 – 1814). Apuntes Bibliográficos por Luís del Arco y Muñoz*. Castellon: s/e, 1914.

AREAL, M. F. *Cuestiones de Teoría General de la Comunicación*. Madrid: Universitas, 2001.

ARMAÑANZAS, E. *EL Periodismo Electrónico. Información y Servicios Multimedia en la Era del Ciberespacio*. Barcelona: Ariel, 1996.

ARON, R. *Main Currents in Sociological Thought*, vol. II. Garden City, Doubleday, 1970.

ATWATER, T. e FICO, F. (1986) – Source reliance and use in reporting state government: a study of print and broadcast practices. *Newspaper Research Journal*, vol. 8, n.º 1, 1986.

AZEVEDO, L. M. *Apologia Militar en Defensa de la Victoria de Montijo Contra las Relaciones de Castilla, y Gazeta de Genova, que la Calumniaron Mordaces, y la Usurpan Maliciosas*. Lisboa: Imprensa de Lourenço de Anvers, 1644.

BABIN, P. *Linguagem e Cultura dos Media*. Venda Nova: Bertrand, 1993.

BABO LANÇA, I. Espaço público, in MAIA, R. (Coord.). *Dicionário de Sociologia*. Porto: Porto Editora, 2002.

BAGDIKIAN, B. *The Media Monopoly*. 6th edition. Boston: Beacon, 2000..

BAHIA, J. *Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira*, vol. 1, 4ª edição, São Paulo: Ática, 1990.

BALL-ROKEACH, S. J. e DEFLEUR, M. L. A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, vol. 3, n.º 1, 1976.

- BANKS, M. *Visual Methods in Social Research*. London: Sage, 2001.
- BANTZ, C.; McCORKIE, S. e BAADE, R. C. The news factory. *Communication Research*, vol. 7, n.º 1, 1980.
- BAPTISTA, C. *Portugal no Olhar de Angola*. Coimbra: Minerva, 2002.
- BARAN, N. *Desvendando a Superautoestrada da Informação*, Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- BARBOSA, A. *Subsídios para o Estudo da Retórica pelas Instituições de Quintiliano*. Porto: Tipografia Comercial Portuense, 1839.
- BARNHURST, K. e MUTZ, D. American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, vol. 47, n.º 4, 1997.
- BARRERA, C. (Coord.) *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, 2004.
- BARROS FILHO, C. e SÁ MARTINO, L. M. *O Habitus na Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.
- BARROS, J. de. *Gramática da Língua Portuguesa*. Lisboa: Oficina de Luís Rodrigues, 1540.
- BASTOS, H. *Jornalismo Electrónico*, Coimbra: Minerva, 2000.
- BATTEUX, C. *Principes de Littérature (par l'Abbé C. Batteux). Nouvelle Édition Contenant Les Beaux-Arts Réduits à un Même Principe*. Göttingue et Leide: E. Luzac fils, 1755.
- BAUDRILLARD, J. *Tela Total. Mito-Ironias da Era do Virtual e da Imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- BAUER, W. Das schlagwort als sozialpsychische und geistesgeschichtliche Erscheinung. *Historische Zeitschrift*, vol. 122, n.º 2, 1872.
- BAUER, W. *Die Öffentliche Meinung und ihre Geschichtlichen Grundlagen: Ein Versuch*. Tübingen: Mohr, 1914.

- BECHELLONI, G. Il mestiere di giornalista. Sguardo sociologico sulle pratiche e sulla ideologia della professione giornalistica, in BECHELLONI, G. (Org.) (1982) – *Il Mestiere di Giornalista*. Napoli: Liguori, 1982.
- BECK, A.; BENNETT, P. e WALL, P. *Communication Studies: The Essential Introduction*. London: Routledge, 2002.
- BECKER, S. Marxist approaches to media studies: The British experience. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 1, 1984.
- BEDIEN, A. *Organizations: Theory and Analysis*. Hinsdale: The Dryden Press, 1980.
- BELL, A. e GARRETT, P. (Eds.). *Approaches to Media Discourse*. 4th edition. Oxford: Blackwell, 2003.
- BELTRÃO, L. *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960.
- BENIGER, J. R. *The Control Revolution. Technological and Economic Origins of the Information Society*, Cambridge: Harvard University Press, 1986.
- BENITO JAÉN, A. (Dir.). *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas, 1991.
- BENITO, A. *Ciencia y Enseñanza del Periodismo*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1967.
- BENITO, A. *La Información en un Universo Democrático*. Barcelona: Instituto de Estudios Sociales, 1966.
- BENITO, A. *La Socialización del Poder de Informar*. Madrid: Pirámide, 1978.
- BENITO, A. *Proposiciones Metodológicas para una Comprensión Histórica de los Medios*. Barcelona: Instituto de Ciencias Sociales, 1972.
- BENITO, A. *Teoría General de la Información*. Madrid: Guadiana, 1973.

- BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner, 1971 [1<sup>o</sup> edição publicada em 1952].
- BERELSON, B. R; LAZARSELD, P. F. e MCPHEE, W. N. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press, 1954.
- BERELSON, B. What missing newspaper means, in LAZARSELD, P. F. e STANTON, F. M. *Communication Research 1948-1949*. London: Edward Arnold, 1949.
- BERGER, P. e LUCKMANN, T. *The Social Construction of Reality*. Harmondsworth: Penguin, 1976.
- BERKOWITZ, D. (Ed.) *Social Meanings of News*. Thousand Oaks: Sage, 1997.
- BERMEOSOLO, F. *El Origen del Periodismo Amarillo*, Madrid: Rialp, 1962.
- BERNHEIM, E. *Lehrbuch der Historischen Methode und er Geschichtsphilosophie*. München: Duncker & Humblot, 1908.
- BERNSTEIN, B. *Class, Codes, and Control*. Vol. 1. London: Paladin, 1973.
- BETH, H. e PROSS, H. *Introducción a la Ciencia de la Comunicación*. Barcelona: Anthropos, 1990 [1<sup>a</sup> edição de 1976].
- BIRD, E. e DARDENNE, R. Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news, in CAREY, J. W. (Ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park: Sage, 1988.
- BLAIR, H. *Essays on Rhetoric [Lectures on Rhetoric and Belles Lettres]*. London: Vernor & Hood, 1873.
- BLESKE, G. Ms. Gates takes over, in BERKOWITZ, D. (Ed.) *Social Meanings of News*, Thousand Oaks: Sage, 1997 [Versão original de 1991].
- BLEYERS, W. *Main Currents in the History of American Journalism*. Boston: Houghton Mifflin, 1927.

- BLUMER, H. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1969.
- BLUMLER, J. G e KATZ, E. (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- BLUMLER, J. G. e GUREVITCH, M. *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge, 1995.
- BLUMLER, J. G. e McQUAIL, D. *Television and Politics. Its Uses and Influence*. London: Faber & Faber, 1968.
- BLUMLER, J. G. The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, vol. 6, n.º 1, 1979.
- BLUMLER, J. G. The social character of media gratifications, in ROSENGREN, K. E.; WENNER, L.A. e PALMGREEN, P. *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage, 1985.
- BOND, F. *Introdução ao Jornalismo*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Agir, 1962.
- BOORSTIN, D. From news-gathering to news-making: A flood of pseudo-events, in SCHRAMM, W. e ROBERTS, D. F. (Eds.). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1971.
- BORDERIA ORTIZ, G.; LAGUNA PLATERO, A. e MARTÍNEZ GALLEGU, F. A. *Historia de la Comunicación Social. Voces, Registros y Conciencias*. Madrid: Síntesis, 1996.
- BORGE, J. e VIASNOFF, N. *Histoire de la Photo de Reportage*, Paris : Nathan, 1982.
- BOURNE, H. R. F. *English Newspapers. Chapters in the History of Journalism*. S/l: Chatto & Windus, 1887.
- BOYCE, G.; CURRAN, J. E WINDGATE, P. (Eds.). *Newspaper History from the 17<sup>th</sup> Century to the Present Day*, London: Constable, 1978.

- BOYD-BARRET, O. e PALMER, M. *Le Trafic des Nouvelles: Les Agences Mondiales d'Information*, Paris : Alain Moreau, 1981.
- BRANDÃO, N. G. *O Espectáculo das Notícias. A Televisão Generalista e a Abertura dos Telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias, 2002.
- BRANSTON, G. e STAFFORD, R. *The Media Student's Book*. 2nd edition. London: Routledge, 1999.
- BRAJOS GARRIDO, A. De los antecedentes a la conquista de la libertad de expresión, in GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999.
- BREED, W. Newspaper opinion leaders and processes of standardization. *Journalism Quarterly*, vol. 32, n.º 3, 1955 a.
- BREED, W. Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces*, vol. 33, n.º 4, 1955 b.
- BRETON, P. e PROULX, S. *L'Explosion de la Communication. La Naissance d'Une Nouvelle Idéologie*. Paris: La Découverte/Bóreal, 1989.
- BRIGGS, A. e COBLEY, P. (Eds.). *The Media. An Introduction*. London: Longman, 2002.
- BROWN, R. M. The gatekeeper reassessed: A return to Lewin. *Journalism Quarterly*, vol. 56, 1979.
- BRUNHUBER, R. *Das Deutsche Zeitungswesen*. Leipzig: Göschen, 1908.
- BRYCE, J. *Modern Democracies*. 2 vols. New York: Macmillan, 1921.
- BRYCE, J. *The American Commonwealth*. 2nd edition. London and New York: Macmillan, 1891.
- BÜCHER, K. *Die Deutsch Tagespresse und die Kritik*. Tübingen: JCB Mohr, 1915.

- BÜCHER, K. *Industrial Evolution*. New York: Henry Holt, 1901.
- BÜCHER, K. *Unsere Sache und die Tagespresse*. Tübingen: JCB Mohr, 1915.
- BÜCHER, K. *Zur Frage der Pressreform*. Tübingen: JCB Mohr, 1922.
- BUDD, M.; ENTMAN, R. M. e STEINMAN, C. The affirmative character of U.S. cultural studies. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 7, n.º 2, 1990.
- BULLIS, C. Organizational socialization research: Enabling, constraining, and shifting perspectives. *Communication Monographs*, 60, 1993.
- BURGELIN, O. *A Comunicação Social*. Lisboa: Edições 70, 1981.
- CABAZÁN, A. *Como Debe Ser la Prensa Moderna*. Jaén: s/e, 1901.
- CABRERA, M. A. Periodismo digital y nuevas tecnologías, in BARRERA, C. (Coord.). *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, 2004.
- CÁDIMA, F. R. A comunicação social em Portugal no século XX: Fragmentos para a história de um servidor de dois amos, in PERNES, F. *Panorama da Cultura Portuguesa*. Porto: Afrontamento, 2002.
- CÁDIMA, F. R. *Desafios dos Novos Media. A Nova Ordem Política e Comunicacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.
- CÁDIMA, F. R. *História e Crítica da Comunicação*, Lisboa: Século XXI, 1996.
- CÁDIMA, F. R. Notícia do mundo e de lado nenhum - ou a ilusão naturalista da informação televisiva. *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 8, 1988.
- CAHNMAN, W. (Ed.). *Ferdinand Tönnies: A New Evaluation*. Leiden: E.J. Brill, 1973.

- CAHNMAN, W. e HEBERLE, R. (Eds.). *Ferdinand Tönnies, On Sociology: Pure, Applied, and Empirical*. Chicago: University of Chicago Press, 1971.
- CANTRIL, H.; GAUDET, H. e HERTZOG, H. *The Invasion From Mars*. Princeton: Princeton University Press, 1940.
- CAPMANY, A. *Filosofía de la Elocuencia*. Madrid: Imprensa de D. Antonio de Sancha, 1777.
- CARDOSO DA CRUZ, J. *Introdução ao Estudo da Comunicação: Imprensa, Cinema, Rádio, Televisão, Redes Multimédia*. Lisboa: ISC SP/Universidade Técnica de Lisboa, 2002.
- CAREY, J. Setting the political agenda: How media shape campaigns. *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 2, 1976.
- CAREY, J. The ambiguity of policy research. *Journal of Communication*, vol. 28, n.º 1, 1978.
- CAREY, J. The Chicago School and mass communication research, in DENNIS, E. E. e WARTELLA, E. *American Communication Research. The Remembered History*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1996.
- CAREY, J. The problem of journalism history. *Journalism History*, vol. 1, 1975.
- CAREY, J. W. *Communication as Culture*. Boston: Unwin Hyman, 1989.
- CAREY, J. W. The dark continent of American journalism, in MANOFF, R. K. e SCHUDSON, M. *Reading the News*. New York: Pantheon Books, 1986.
- CARLEBACH, M. L. *The Origins of Photojournalism in America*, Washington: Smithsonian Institution Press, 1992.
- CARLSSON, G.; DAHLBERG, A. e ROSENGREN, K. E. Mass media content, political opinion and social change: Sweden 1967-1974, in ROSENGREN, K. E. (Ed.). *Advances in Content Analysis*. Beverly Hills: Sage, 1981.

- CARLYLE, T. *The French Revolution*. New York: AMS Press, 1974 [publicado originalmente em 1905].
- CARMONA PENEDO, C. *O Crime nos Media. O Que Nos Dizem as Notícias Quando Nos Falam de Crime*. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.
- CARRAGEE, K. M. Interpretive media study as an interpretive social science. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 7, n.º 2, 1990.
- CASASÚS, J. M. e NÚÑEZ LADEVÉZE, L. *Estilo y Géneros Periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.
- CASASÚS, J. M. *Iniciación a la Periodística*. Barcelona: Teide, 1988.
- CASCAIS, F. *Dicionário de Jornalismo*. Lisboa: Verbo, 2001.
- CASTELLS, M. *The Information Age. Economy, Society and Culture*. Oxford/Malden: Blackwell. Vol. I: *The Rise of the Network Society* (1996); Vol. II: *The Power of Identity* (1997); Vol. III: *The End of Millenium* (1998).
- CASTRO, G. e DRAVET, F. (Orgs.). *Sob o Céu da Cultura*. Brasília: Thesaurus e Casa das Musas, 2004.
- CAVROÉ, P. A. *Resposta ao Papel Intitulado Exorcismos Contra Periódicos e Outros Malefícios Com o Responso de Santo António Contra a Descoberta da Malignidade dos Aleijões Solapados*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1821.
- CAZENEUVE, J. (Dir.). *Guia Alfabético das Comunicações de Massas*. Lisboa: Edições 70, 1976.
- CAZENEUVE, J. Television as a functional alternative to traditional sources of need satisfaction, in BLUMLER, J. G. e KATZ, E. (Eds.) *The Uses of Mass Communication*, Beverly Hills: Sage, 1974.
- CHAFEE, S. e BERGER, C. Levels of analysis: An introduction, in BERGER, C. e CHAFEE, S. (Eds.) *Handbook of Communication Science*, Newbury Park: Sage, 1987.

- CHALABY, J. K. Journalism as an Anglo-American invention. A comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s - 1930's. *Journal of European Communication*, vol. 3, 1996.
- CHARON, J. M. *La Presse en France de 1945 a Nos Jours*, Paris : Seuil, 1991.
- CHIBNALL, S. *Law and Order News*. London: Tavistock, 1977.
- CHOMSKY, N. e HERMAN, E. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988.
- CIRINO, R. *Don't Blame the People*. New York: Vintage Books, 1971.
- CLARK, C. D. *News: A Sociological Study*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Chicago, 1937.
- CLARK, V.; BAKER, J. e LEWIS, E. *Key Concepts & Skills for Media Studies*. London: Hodder & Stoughton, 2002.
- COHEN, B. C. The press and foreign policy, in BERELSON, B.R. e JANOWITZ, M. (Eds.). *Reader in Public Opinion and Communication*. New York: The Free Press, 1966 [Edição original de 1963].
- COHEN, S. e YOUNG, J. (Eds.) *The Manufacture of News*. London: Constable, 1973.
- COLL Y VEHÍ, J. *Compendio de Retorica y Poética*. Barcelona: Imprenta Barcelonesa, 1894.
- COMBS, J. e NIMMO, D. *The New Propaganda: The Dictatorship of Palaver in Contemporary Politics*. New York: Longman, 1993.
- COMSTOCK, G. The impact of television on American institutions. *Journal of Communication*, vol. 28, 1978.
- COMSTOCK, G.; CHAFEE, S.; KATZMAN, N.; MCCOMBS, M. e ROBERTS, D. *Television and Human Behavior*. New York: Columbia University Press, 1978.

- CONDE VEIGA, J. Escola de Chicago, in MAIA, R. (Coord.). *Dicionário de Sociologia*. Porto: Porto Editora, 2002.
- CONTRERAS, S. P. El periodismo de los nuevos medios: El cine, el magazine y la radio, in GÓMEZ MOMPART, J. L. E MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999.
- COOPER, E. e JAHODA, M. The evasion of propaganda. *Journal of Psychology*, vol. 23, 1947.
- CORNFIELD, M. The Watergate audience: Parsing the powers of the press, in CAREY, J. (Ed.) *Media, Myths and Narratives*, Newbury Park: Sage, 1988.
- CORTEJÓN, C. *Curso Razonado de Retórica y Poética*. Barcelona: Imprenta de la Casa Provincial de Caridad, 1890.
- COSTELLA, A. *Comunicação - Do Grito ao Satélite*. 3ª edição. São Paulo: Editora Mantiqueira, 1984.
- COULON, A. *L'École de Chicago*. Paris: presses Universitaires de France, 1992.
- CRAWFORD, N. A. *The Ethics of Journalism*. New York: Alfred A. Knopf, 1924.
- CURRAN, J. Capitalism and control of the press, 1800-1975, in CURRAN, J. et al. (Eds.). *Mass Communication and Society*, London: Routledge, 1989.
- CURRAN, J. Culturalist perspectives of news organizations: A reappraisal and a case study, in FERGUSON, M. (Ed.). *Public Communication: The New Imperatives*. Newbury Park: Sage, 1990.
- CURRAN, J. Rethinking mass communication, in CURRAN, J.; MORLEY, D. e WALKERDINE, V. (Eds.). *Cultural Studies and Communications*. London: Arnold, 1996.
- CURRAN, J. The press as an agency of social control: An historical perspective, in BOYCE, G. et al. (Eds.) *Newspaper History: From the 17<sup>th</sup> Century to the Present Day*, London: Constable, 1978.

- D'ALESSIO, D. e ALLEN, M. Media bias in presidential elections: A meta-analysis. *Journal of Communication*, vol. 50, n.º 4, 2000.
- DANA, C. A. *The Art of Newspaper Making: Three Lectures*. New York: D. Appleton and Company, 1895.
- DARNTON, R. Writing news and telling stories. *Deadalus*, n.º 104, 1975.
- DAVISON, W. P. The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, vol. 47, n.º 1, 1983.
- DAYER, C. e NAYMAN, O. Under the capitol dome: Relationships between legislators and reporters. *Journalism Quarterly*, vol. 54, 1977.
- DeFLEUR, M. L. e BALL-ROKEACH, S. J. *Teorías de la Comunicación de Masas*. 2ª edición revisada y ampliada. Barcelona: Paidós, 1993 [Edição original em espanhol de 1982; consultada também a versão em inglês de 1989.]
- DeGEORGE, W. F. Conceptualization and measurement of audience agenda. *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- DEL ARCO Y MUÑOZ, L. *La Prensa Periódica en España durante la Guerra de la Independencia*. Castellón: Tipografía Joaquín Barberá, 1914.
- DELIA, J. Communication research: A history, in BERGER, C. e CHAFFEE, S. (Eds.) *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage, 1987.
- DELPORTE, C. *Histoire du Journalisme et des Journalistes en France*, Paris : PUF, 1995.
- DENNIS, E. e WARTELLA, E. *American Communication Research. The Remembered History*, Mahwah: Lawrence Erlbaum, 1996.
- DERVILLE, G. *Le Pouvoir des Médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1997.

- DEWEY, J. *The Public and It's Problems*. New York: Holt, 1927.
- DICKEN GARCIA, H. *Journalistic Standards in the Nineteenth-Century America*, Madison: The University of Wisconsin Press, 1989.
- DIMBLEBY, R. e BURTON, G. *Mais do Que Palavras. Uma Introdução à Teoria da Comunicação*. 3ª edição. São Paulo: Summus, 1990.
- DIMMICK, J. e COIT, P. Levels of analysis in mass media decision making. *Communication Research*, vol. 9, n.º 1, 1982.
- DINIZ DE SOUSA, P. *A Dramatização na Imprensa do PREC*. Coimbra: Minerva, 2003.
- DONOHUE, G. A.; TICHENOR, P. J. e OLIEN, C. N. Gatekeeping: Mass media systems and information control, in KLINE, F. G. e TICHENOR, P. J. *Current Perspectives in Mass Communication Research*. Beverly Hills: Sage, 1972.
- DONOHUE, G. A.; TICHENOR, P. J. e OLIEN, C. N. Mass media functions, knowledge and social control. *Journalism Quarterly*, vol. 50, n.º 3, 1973.
- DONOHUE, L.; TIPTON, L. e HANEY, R. Analysis on information-seeking strategies. *Journalism Quarterly*, vol. 55, n.º 1, 1978.
- DOOLEY, P. L. *Taking Their Political Place: Journalists and the Making of an Occupation*, Westport: Greenwood Press, 1997.
- DOVIFAT, E. *Periodismo*. 2 vols. México: UTEHA, 1959.
- DOWSE, R. E. e HUGHES, J. A. *Sociología Política*. Madrid: Alianza, 1975 [Edição original de 1972].
- DURHAM, F. Breaching powerful boundaries: A postmodern critique of framing, in REESE, S. D.; GANDY, O. e GRANT, A. (Eds.) *Framing Public Life*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.
- DURHAM, F. News frames as social narratives: TWA flight 800. *Journal of Communication*, vol. 48, n.º 4, 1998.

- ELDRIDGE, J. (Ed.) *Glasgow Media Group Reader: Vol. 1. News Content, Language and Visuals*, London: Routledge, 1995.
- ELLIOT, P. Uses and gratifications research: a critique and a sociological alternative, in BLUMLER, J.G. e KATZ, E. (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- ELLIOTT, P. *The Making of a Television Series*. London: Constable, 1972.
- EMERY, M. e EMERY, E. *The Press and America. An Interpretive History of the Mass Media*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1978 [8<sup>th</sup> edition: 1996].
- ENTMAN, R. M. Framing US coverage of international news. *Journal of Communication*, vol. 41, n.º 4, 1991.
- ENTMAN, R. M. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, vol. 43, n.º 4, 1993.
- EPSTEIN, E. J. *News from Nowhere. Television and the News*. New York: Random House, 1973.
- EPSTEIN, L. K. (Ed.). *Women and the News*. New York: Hartings House, 1978.
- ERBOLATO, M. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*, 4<sup>a</sup> edição, Petrópolis: Vozes, 1985.
- ERICSON, R. V.; BARANECK, P. M. e CHAN, J. B. *Negotiating Control: A Study of News Sources*. Toronto: University of Toronto Press, 1989.
- ESTEVES REI, J. *Retórica e Sociedade*. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional, 1998.
- ÉTIENNE, J. *et al. Dicionário de Sociologia*. Lisboa: Plátano, 1998.
- ETTEMA, J. e GLASSER, T. *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press, 1998.

- ETTEMA, J. e WHITNEY, D. C. Professional mass communicators, in BERGER, C. e CHAFEE, S. (Eds.) *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage, 1987.
- ETTEMA, J. e WHITNEY, D. C. The money arrow, in ETTEMA, J. e WHITNEY, D. C. (Eds.) *Audience Making: How the Media Create the Audience*. Thousand Oaks: Sage, 1994.
- ETTEMA, J. S. e KLINE, F. G. Deficits, differences and ceilings. Contingent conditions to understanding the knowledge gap. *Communication Research*, vol. 4, n.º 2: 1977.
- EVERTH, E. *Das Studium der Zeitungskunde an der Universität Leipzig*. Leipzig: A Lorenz, 1928/1933.
- EVERTH, E. *Zeitungskunde und Universität*. Jena: G Fischer, 1927.
- EYAL, C.; WINTER, J. P. e DeGEORGE, W. F. The concept of time frame in agenda-setting, in WILHOIT, G.C. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- FAIRCLOUGH, N. *Discourse and Social Change*. 7<sup>th</sup> edition. Cambridge: Polity, 2002.
- FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*. 2<sup>nd</sup> edition. London: Arnold, 2002.
- FAUS BELAU, A. *La Era Audiovisual. Historia de los Primeros Cien Años de la Radio y la Televisión*, Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995.
- FAUS, A. *La Ciencia Periodística de Otto Gröth*. Pamplona: Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.
- FAUSTINO, P. *A Imprensa em Portugal. Transformações e Tendências*, Lisboa: Media XXI, 2004.
- FEJES, F. Critical mass communications research and media effects. The problem of the disappearing audience. *Media, Culture & Society*, vol. 6, n.º 3, 1984.

- FELDHAUS, E. *Das Deutsche Zeitungswesen*. Leipzig: Reclam, 1922.
- FENTON, F. The influence of newspaper presentations upon the growth of crime and other anti-social activity. *American Journal of Sociology*, vol. 16, n.º 3, 1910.
- FERIN, I. *Comunicação e Culturas do Quotidiano*. Lisboa: Quimera, 2002.
- FERNÁNDEZ AREAL, M. *Cuestiones de Teoría General de la Comunicación*. Madrid: Editorial Universitas, 2001.
- FERNÁNDEZ PARRATT, S. *A Reportaxe de Prensa en Galicia*, Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Santiago de Compostela, 2001.
- FERREIRA JUNIOR, J. *Capas de Jornal. A Primeira Imagem e o Espaço Gráfico-Visual*. São Paulo: Senac, 2003.
- FERREIRA, G. O posicionamento discursivo dos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna*: Uma explicação para entender a evolução das suas tiragens. Comunicação apresentada ao Grupo de Trabalho sobre Periodismo no V Congresso da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação, Santiago do Chile, 2000.
- FESTINGER, L. Informal social communication. *Psychological Review*, n.º 57, 1950.
- FIELDING, R. *The American Newsreel, 1911-1967*, Norman: The University of Oklahoma Press, 1972.
- FILELDS, J. M. e SCHUMAN, J. Public beliefs about the beliefs of the public. *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, 1976.
- FILLER, L. *The Muckrakers*. University Park: Pennsylvania State University Press, 1972.
- FISHMAN, M. Crime waves as ideology. *Social Problems*, n.º 25, 1978.

- FISHMAN, M. *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press, 1980 [Também consultada a versão argentina *La Fabricación de la Noticia*. Buenos Aires: Tres Tiempos, 1983].
- FISKE, J. *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Porto: Asa, 1993.
- FLEGEL, R. C. e CHAFEE, S. H. Influences of editors, readers, and personal opinions on reporters. *Journalism Quarterly*, vol. 48: 1971.
- FOLKERTS, J. E TEETER, D. *Voices of a Nation. A History of the Media in the United States*, New York: MacMillan, 1989.
- FONTCUBERTA, M. *La Noticia. Pistas para Percebir el Mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.
- FOSTER, H. S. Charting America's news of the World War. *Foreign Affairs*, n.º 15 (Janeiro), 1937.
- FOWLER, R. *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, 1991.
- FRANCO, G. *A Censura à Imprensa (1820-1974)*, Lisboa: Symbolon, 1993.
- FRANKFURT INSTITUTE FOR SOCIAL RESEARCH. *Aspects of Sociology*. Boston: Beacon Press, 1972.
- FRANKLIN, B. *Newszak & News Media*, London, Arnold, 1997.
- FRAZIER, P. J. e GAZIANO, C. Robert Ezra Park's theory of news, public opinion and social control. *Journalism Monographs*, n.º 64, 1979.
- FREUND, G. *Fotografia e Sociedade*. Lisboa: Vega, 1989.
- FUNKHOUSER, G. R. The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, vol. 37: 1973.

- GALDÓ Y LÓPEZ, L. *Sencilísimo Plan-Modelo para la Creación y Publicación de Periódicos Democráticos en Todas las Capitales de Provincia*, Alicante, s/e, 1865.
- GALINDO ARRANZ, F. *Guía de los Géneros Periodísticos*. Santiago: Tórculo Ediciones, 2000.
- GALINDO ARRANZ, F. Propuesta de periodización histórica y evolución conceptual del Periodismo de Precisión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 10, 2004.
- GALLUP, G. H. e RAE, S. F. *The Pulse of Democracy: The Public Opinion Poll and How it Works*. New York: Simon and Schuster, 1970.
- GALLUP, G. H. *Public Opinion in a Democracy*. Princeton: Princeton University, 1939.
- GALTUNG, J. e RUGE, M. H. The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, n.º 1, 1965.
- GAMSON, W. *What's News*. New York: The Free Press, 1984.
- GANDY, O. H., Jr. *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*. Norwood: Ablex, 1982.
- GANS, H. J. *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon House, 1979.
- GANS, H. Are U.S. journalists dangerously liberal? *Columbia Journalism Review*, November/December 1985.
- GANS, H. J. The famine in American mass communications research. *American Journal of Sociology*, vol. 77, n.º 4, 1972.
- GANS, H. News media, news policy and democracy: Research for the future. *Journal of Communication*, vol. 33, n.º 1, 1983.
- GARBARINO, A. La "normalizzazione" dei giornalisti. Ipotesi sugli esiti della socializzazione professionale negli apparati dell'informazione. *Sociologia dell'Organizzazione*, n.º 1, 1982.

- GARCÍA DE LA MADRID, M. *Compendio de Retórica Sacado de los Autores de Mejor Nota*. Barcelona: Oficina del Brusi, 1817.
- GARCÍA GONZÁLEZ, G. La conformación de la moderna prensa informativa (1848-1914), in GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999.
- GARCIA, M. R.; STARK, P. e MILLER, E. (Ed.) *Eyes On The News*. St. Petersburg: The Poynter Institute For Media Studies, 1991.
- GARNHAM, N. *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*. Beverly Hills: Sage, 1990.
- GARNHAM, N. Contribution to a political economy of mass communication. *Media, Culture & Society*, vol. 1, 1979.
- GAUNT, P. *Choosing the News. The Profit Factor in News Selection*. New York: Greenwood Press, 1990.
- GEE, J. P. *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method*. London: Routledge, 1999.
- GENOVA, B e GREENBERG, B. Interest in news and the knowledge gap. *Public Opinion Quarterly*, vol. 43: 1979.
- GERBNER, G. Comparative cultural indicators, in GERBNER, G. (Ed.). *Mass Media Politics in Changing Cultures*. New York: John Wiley & Sons, 1977.
- GERBNER, G. Los medios de comunicación de masas y la teoría de la comunicación humana, in DANCE, F. E. X. (Ed.). *Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Troquel, 1973 [Edição original de 1967].
- GERBNER, G. Toward a general model of communication. *Audio Visual Communication Review*, vol. 4, n.º 3, 1956.
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. e SIGNORELLI, N. Living with television: the dynamics of the cultivation process, in BRYANT, J. e ZILLMANN, D. (Eds.) *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1986.

- GERTH, H. H. e MILLS, C. W. *From Max Weber: Essays in Sociology*. Oxford: Oxford University Press, 1946.
- GIEBER, W. Accross the desk: A study of 16 telegraph editors. *Journalism Quarterly*, vol. 33, n.º 4, 1956.
- GIEBER, W. e JOHNSON, W. The city hall beat: A study of reporter and source roles. *Journalism Quarterly*, vol. 38, n.º 2, 1961.
- GIEBER, W. News is what newspapermen make it, in DEXTER, L. A. e WHITE, D. M. (Eds.). *People, Society, and Mass Communication*. New York: Free Press, 1964.
- GIEBER, W. Two communicators of the news: A study of the roles of sources and reporters. *Social Forces*, vol. 39, n.º 1, 1960/1961.
- GILL, D. e ADAMS, B. *ABC of Communication Studies*. Second edition. Walton-on-Thames: Thomas Nelson & Sons, 1998.
- GITLIN, T. *Inside Prime Time*. New York: Pantheon, 1983.
- GITLIN, T. Media sociology: The dominant paradigm, in WILHOIT, L. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage: 1981 [Edição original de 1978].
- GITLIN, T. *The Whole World is Watching: The Role of the Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press, 1980.
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP. *Bad News*. London: Routledge, 1976.
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP. *More Bad News*. London: Routledge & Kegan Paul, 1980.
- GLYNN, C. J. e McLEOD, J M. Public opinion du jour: An examination of the spiral of silence. *Public Opinion Quarterly*, vol. 48: 1984.
- GOFFMAN, E. *La Mise en Scène de la Vie Quotidienne*. Paris: Minuit, 1973.

- GOLDENBERG, E. N. *Making the Papers: The Access of Resource-Poor Groups to the Metropolitan Press*. Lexington: Lexington Books, 1975.
- GOLDING, P. e ELLIOT, P. *Making the News*. London: Longman, 1979.
- GOLDING, P. The missing dimensions: News media and the management of social change, in KATZ, E. e SZECSKÖ, T. *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- GOMES, W. *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999 a.
- GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. De los nuevos reporteros al periodismo digital, in GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999 c.
- GÓMEZ MOMPART, J. L. E MARÍN OTTO, E. La irrupción de la información televisiva y la influencia del periodismo singular, in GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999 b.
- GOMIS, L. *Teoría del Periodismo. Cómo se Forma el Presente*. Barcelona: Paidós, 1991.
- GONZÁLEZ HERRERO, A. e PRAT, C. B. How to manage a crisis before -or whenever- it hits. *Public Relations Quarterly*, vol. 48, n.º 1, 1995.
- GONZÁLEZ-BLANCO, E. *Historia del Periodismo. Desde Sus Comienzos Hasta Nuestra Época*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1919.
- GOULDNER, A. *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origin of Grammar, and Future of Ideology*. New York: Seabury Press, 1976.

- GRACIAS, J. A. I. *A Imprensa em Goa nos Séculos XVI, XVII e XVIII. Apontamentos Histórico-Bibliográficos*. Nova Goa, Imprensa Nacional, 1880.
- GRAMSCI, A. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci* (Q. Hoare e G. N. Smith, Eds.). New York: International Publishers, 1971.
- GRAÑA, M. *La Escuela de Periodismo*. Madrid: CIAP, 1930.
- GREENBERG, B. S. e TANNENBAUM, P. H. Communicator performance under cognitive stress. *Journalism Quarterly*, vol. 39, n.º 1, 1962.
- GRISSET, P. *Les Révolutions de la Communication XIXe-XXe Siècle*, Paris : Hachette, 1991.
- GROSSI, G. Professionalità e "casi eccezionali". *Problemi dell' Informazione*, vol. VI, n.º 1, 1981.
- GROSSI, G. Professionalità giornalistica e costruzione sociale della realtà. *Problemi dell'Informazione*, vol. X n.º 3, 1985.
- GROTH, O. *Die Geschite der Deutschen Zeitungswissenschaft. Problem und Methoden*. München: Buchverlag Dr. Konrad Winmayer, 1948.
- GROTH, O. *Die Politische Presse Württembergs*. Stuttgart: Scheufele, 1915.
- GROTH, O. *Die Unerkannte Kulturmacht : Grundlegung der Zeitungswissenschaft*. Berlin: Walter de Gruyter, 1960.
- GRUNIG, J. E. e GRUNIG, L. A. Models of public relations and communication, in GRUNIG, J. E. (Ed.) *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum: 1991.
- GRUNIG, J. E. e HUNT, T. *Managing Public Relations*. Fortworth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1984.

- HABERMAS, J. Further reflections on the public sphere, in CALHOUN, C. (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1991.
- HABERMAS, J. *Historia y Critica de la Opinión Pública*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- HABERMAS, J. L'Espaço Público trinta anos depois. *Quaderni*, vol. 18, 1992.
- HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HABERMAS, J. *Théorie de l'Agir Communicationnel*. Paris: Fayard, 1987.
- HACHTEN, W. A. *The World News Prism. Changing Media of International Communication*. Fourth edition. Ames: Iowa State University Press, 1996.
- HACKETT, R. A. Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 1, n.º3, 1984.
- HALL, S. Cultural studies and the centre: Some problematics and problems, in HALL, S. HOBSON, D.; LOWE, A. e WILLIS, P. *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchinson, 1980 a.
- HALL, S. Cultural studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society*, vol. 2, n.º 1, 1980 c.
- HALL, S. Cultural studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society*, vol. 2, n.º 1, 1980.
- HALL, S. Encoding and decoding in television discourse, in HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A. e WILLIS, P. (Eds.). *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchinson, 1980 b.

- HALL, S. *et al.* *Policing the crisis - Mugging, the State, and Law, and Order*. New York: Holmes & Meier Publishers Inc., 1978
- HALL, S. *et al.* The social production of news: Mugging in the media, in COHEN, S. e YOUNG, J. (Eds.). *The Manufacture of News*. London: Sage, 1973.
- HALL, S. La cultura, los medios y el “efecto ideológico”, in CURRAN, J; GUREVITCH, M. e WOOLLACOT, J. (Eds.). *Sociedad y Comunicación de Masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977.
- HALL, S. The narrative construction of reality: An interview with Stuart Hall. *Southern Review*, vol. 17. n.º 1, 1984.
- HALL, S. The rediscovery of ‘ideology’: return of the repressed in media studies, in GUREVITCH, M.; BENNETT, T.; CURRAN, J. e WOOLLACOT, J. (Eds.). *Culture, Society and the Media*. London: Routledge, 1982.
- HALLIN, D. The ‘high modernism’ of American journalism. *Journal of Communication*, vol. 42: 1992.
- HALLIN, D. *The Uncensored War*, Berkeley: University of California Press, 1989.
- HALLORAN, J.; MURDOCK, G. e ELLIOTT, P. *Demonstrations and Communication*. Harmondsworth: Penguin, 1970.
- HANSEN, A. *et al.* *Mass Communication Research Methods*. London: Macmillan, 1998.
- HARDT, H. *Critical Communication Studies. History & Theory in America*. London: Routledge, 1992.
- HARDT, H. e BRENNEN, B. (Eds.) *News Workers. Towards a History of the Rank and File*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995.
- HARDT, H. *Social Theories of the Press. Early German & American Perspectives*. Beverly Hills: Sage, 1979.

- HARRIS, M. e LEE, A. (Eds.), *The Press in English Society from the Seventeenth to Nineteenth Centuries*, London: Associated Universities Presses, 1986.
- HARTLEY, J. *Comunicação, Estudos Culturais e Media. Conceitos-Chave*. Lisboa: Quimera, 2004.
- HARTLEY, J. *Politics of Pictures. The Creation of the Public in the Age of Popular Media*. London: Routledge, 1992.
- HARTMANN, P. News and public perceptions of industrial relations. *Media, Culture & Society*, vol. 1, n.º 2, 1979.
- HATIN, E. *Bibliographie Historique et Critique de la Presse Périodique Française, Précédé d'un Essai Historique et Statistique sur la Naissance et le Progrès de la Presse Périodique dans les Deux Mondes*. Paris : Firmon-Didot, 1866.
- HATIN, E. *Histoire Politique et Littéraire de la Presse en France*. 8 vols. Paris: Pulet-Malassis & de Broise, 1859-1864.
- HAWKING, S. *O Universo Numa Casca de Noz*, Lisboa: Gradiva, 2002.
- HAWTORN, G. *Enlightenment & Dispair. A History of Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1976.
- HELD, D. *Introduction to Critical Theory. Horkheimer to Habermas*. London: Hutchinson University Library, 1980.
- HERBST, J. *The German Historical School in American Scholarship. A Study in the Transfer of Culture*. Ithaca: Cornell University Press, 1965.
- HESMONDHALGH, D. *The Cultural Industries*. London: Sage, 2002.
- HESS, S. *The Government/Press Connection. Press Officers and their Offices*. Washington: The Brookings Institution, 1984.
- HESS, S. *The Washington Reporters*. Washington: Brookings, 1981.

- HICKEY, J. R. *The Effects of Information Control on Perceptions of Centrality*. Tese de doutoramento não publicada apresentada à University of Wiscosin, 1966.
- HIEBERT, R. E; UNGURAIT, D. F. e BOHN, T. W. *Mass Media V. An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman, 1988.
- HILKER A. K. Agenda-setting influence in an off year election. *American Newspaper Publishers Association News Research Bulletin*, n.º 4, November 1976.
- HIRSCH, P. Occupational, organizational and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework, in HIRSCH, P. M.; MILLER, P. V. e KLINE, F. G. (Eds.) *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage, 1977.
- HIRST, F. W. *Six Panics and Other Essays*. London: Methuen, 1913.
- HOBBS, T. *Leviatã ou Matéria, Forma e Poder de Um Estado Eclesiástico e Civil [Leviathan]*. Lisboa: Imprensa-Nacional Casa da Moeda, 1651/1995.
- HOGGART, R. *The Uses of Literacy*. London: Penguin Books, 1958.
- HOHLFELDT, A. As origens antigas: a comunicação e as civilizações, in HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C. e FRANÇA, V. V. (Orgs.). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes: 2001.
- HOHLFELDT, A. e BUCKUP, C. *Populismo Nacionalista nas Páginas de um Jornal*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C. e FRANÇA, V. V. (Orgs.). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- HÖLFELDT, A. (2007). *O Projecto da “Enciclopédia” e Seus Desdobramentos Sobre a Liberdade de Imprensa*. Comunicação apresentada ao XXX Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Santos, Brasil (CD-ROM).

- HOVLAND, C. I.; LUMSDAINE, A. A. e SHEFFIELD, F. D. *Experiments in Mass Communication*. Princeton: Princeton University Press, 1949.
- HOYER, S. Constructing epochs in the history of the press. Comunicação apresentada à secção de história da 19th Scientific Conference of the International Association of Mass Communication Research, Seoul, 1994.
- HUDSON, F. *Journalism in the United States, From 1690 to 1872*. New York: Harper, 1873.
- HUGES, H. *News and the Human Interest*. Chicago: University of Chicago Press, 1940.
- HUND, W. D. *Kommunikation in der Besellschaft*. Frankfurt: Europäische Verlagsanstalt, 1970.
- HYMAN, H. e SHEATSLEY, P. Some reasons why information campaigns fail. *Public Opinion Quarterly*, vol. 11: 1947.
- ICKES, H. *America's House of Lords*. New York: Harcourt/Brace, 1939.
- IGARTUA, J. J. e HUMANES, M. L. *Teoría e Investigación en Comunicación Social*. Madrid: Síntesis, 2004.
- INGLIS, F. *A Teoria dos Media*. Lisboa: Vega, 1993.
- INNIS, H. *Empire and Communication*. Oxford: Clarendon Press; Toronto: The University of Toronto Press, 1950.
- INNIS, H. *The Bias of Communication*. Toronto: The University of Toronto Press, 1951.
- JANIS, I. L. *Group Think: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes*. Boston: Houghton Mifflin, 1983.
- JAY, M. *The Dialectical Imagination. A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research*. Boston: Little Brown, 1973.

- JEANNENEY, J.-N. *Uma História da Comunicação Social*. Lisboa: Terramar, 1994.
- JENKS, J. W. The guidance of public opinion. *American Journal of Sociology*, vol. 1, n.º 2, 1895.
- JENSEN, K. B. *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge, 2002.
- JENSEN, K. B. e JANKOWSKI, N. W. (Eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge, 1991.
- JERÉZ PERCHET, A. *Tratado de Periodismo*. Granada: Imprenta de El Defensor de Granada, 1901.
- JOHNSON, G. *What Is News: A Tentative Outline*. New York: Alfred A. Knopf, 1926.
- JOHNSTONE, J. W. C.; SLAWSKI, E. J. e BOWMAN, W. W. The professional values of American newsmen. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36: 1972.
- JORGE, A. R. O Diário do Porto - 1809. Um jornal pró-francês no tempo de Soult. Separata da *Revista de História*, vol. II, 1979.
- JUDD, R. P. The newspaper reporter in a suburban city. *Journalism Quarterly*, vol. 38, n.º 1, 1961.
- KATZ, E. e LAZARFELD, P. F. *Influencia Personal. El Individuo en el Proceso de Comunicación de Masas*. Barcelona: Hispano-Europea, 1979 [Edição original de 1955].
- KATZ, E. Media events: The sense of occasion. *Studies in Visual Anthropology*, vol. 6, 1980.
- KATZ, E.; BLUMLER, J. G. e GUREVITCH, M. Usos y gratificaciones de la comunicación de masas, in MORAGAS, M. (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985 [Edição original de 1974].

- KAUL, A. J. The proletarian journalist: A critique of professionalism. *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 1, n.º 2, 1986.
- KAYSER, J. *Une Semaine dans le Monde*. Paris: UNESCO, 1954.
- KEANE, J. *The Media and Democracy*, London: Political Press, 1991.
- KELLER, A. e DAVIE, M. R.. *Essays of William Graham Sumner*. 2 vols. New Heaven: Yale university Press, 1934.
- KERLINGER, F. N. *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Reinhart e Winston, 1986.
- KINGSTON, A. *Pitman's Popular Guide to Journalism*. London: Sir Isaac Pitman & Sons, 1898.
- KLAPPER, J. Mass media and the engineering of consent. *American Scholar*, vol. 17, n.º 4, 1948.
- KLAPPER, J. T. *The Effects of Mass Communication*. New York: Bureau of Applied Social Research, 1949. [Esta obra foi revista e ampliada no livro com o mesmo título publicado em 1960 (Glencoe: The Free Press, 1960), de que se consultou a versão espanhola de 1974: KLAPPER, J. T. *Efectos de las Comunicaciones de Masas. Poder y Limitaciones de los Medios Modernos de Difusión*. Madrid: Aguilar, 1974.
- KLAPPER, J. T. The social effects of mass communications, in SCHRAMM, W. *The Science of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1963.
- KNIES, K. *Der Telegraph als Verkehrsmittel*. Tübingen: Verlag der Laupp'schen Buchhandlung, 1857.
- KNIGHTLEY, P. *The First Casualty: The War Correspondent as Hero. Propagandist and Myth Maker from the Crimea to Vietnam*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1975.
- KOBRE, S. *The Development of the Colonial Newspaper*. Pittsburgh: Colonial Press, 1944.

- KOVRING, K. Quantitative semantics in 18<sup>th</sup> Century Sweden. *Public Opinion Quarterly*, vol. 18, n.º 4, 1954/1955.
- KRAUS, S. e DAVIS, D. *Comunicación Masiva. Sus Efectos en el Comportamiento Político*. México: Trillas, 1991 [Edição original de 1976].
- KRAUS, S.; DAVIS, D.; LANG, G. E. e LANG, K. Critical events analysis, in CHAFEE, S.H. *Political Communication*. Beverly Hills: Sage, 1975.
- KRESS, G. e VAN LEEUWEN, T. Front pages: (The critical) analysis of newspaper layout, in BELL, A. e GARRETT, P. (Eds.). *Approaches to Media Discourse*. 4th edition. Oxford: Blackwell: 2003.
- KRESS, G. e VAN LEEUWEN, T. *Reading Images*. Geelong: Deakin University Press, 1990.
- KRESS, G. e VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996.
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona: Paidós, 1990 [Também consultada a edição em língua inglesa de 1980: *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills: Sage, 1980.].
- KUHN, T. *The Structure of Scientific Revolutions*. 2<sup>nd</sup> edition. Chicago: The University of Chicago Press, 1962.
- KURTH, K. *Die Ältesten Schriften Für und Wider die Zeitung: Die Urteile des Christophorus Besoldus (1629), Ahasver Fritsch (1676), Christian Weise (1676) und Tobias Peucer (1690) Über der Gebrauch und Missbrauch der Nachrichten*. München: Rohrer, 1944.
- LAGE, N. *Controle da Opinião Pública. Um Ensaio Sobre a Verdade Conveniente*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- LANCIANI, G. *Os Relatos de Naufrágios na Literatura Portuguesa dos Séculos XVI e XVII*, Lisboa: Instituto de Cultura Portuguesa da Secretaria de Estado da Cultura, 1979.

- LANG, G. e LANG, K. Mass communication and public opinion: strategies for research, in ROSENBERG, M. e TURNER, R.H. (Comps.). *Social Psychology: Sociological Perspectives*. New York: Basic Books, 1981.
- LANG, K. e LANG, G. E. Los mass-media y las elecciones, in MORAGAS, M. de (Ed.). *Sociología de la Comunicación de masas III. Propaganda Política y Opinión Pública*. Barcelona: Gustavo Gili: 1986 [Edição original de 1955].
- LANG, K. e LANG, G. E. *The Battle for Public Opinion. The President, The Press and the Pools During Watergate*. New York: Columbia University Press, 1983.
- LANG, K. e LANG, G. E. The unique perspective of television. *American Sociological Review*, vol. 18, 1953.
- LANG, K. The European roots, in DENNIS, E. E. e WARTELLA, E. *American Communication Research. The Remembered History*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1996.
- LASSWELL, H. D. Estructura y función de la comunicación en la sociedad, in MORAGAS, M. de (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas II. Estructura, Funciones y Efectos*. Barcelona: Gustavo Gili [Edição original de 1948].
- LASSWELL, H. D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred A. Knopf, 1927.
- LASSWELL, H. D.; SMITH, B. L. e CASEY, R. D. *Propaganda and Promotional Activities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- LASSWELL, H. D.; SMITH, B. L. e CASEY, R. D. *Propaganda and Promotional Activities: An Annotated Bibliography*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1935.
- LASSWELL, H. e JONES, D. Communist propaganda in Chicago. *Public Opinion Quarterly*, vol. 3, n.º 1, 1939.

- LASSWELL, H. The structure and function of communication in society, in BRYSON, L. (Ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948 [Consultada a versão em espanhol: Estructura y función de la comunicación en la sociedad, in MORAGAS SPÀ, M. de (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas II. Estructura, Funciones y Efectos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.]
- LASSWELL, H. The world attention survey: An exploration of the possibilities of studying attention being given to the United States by newspapers abroad. *Public Opinion Quarterly*, vol. 5, n.º 3, 1941.
- LAZAR, J. *Sociologie de la Communication de Masse*. Paris: Armand Colin, 1991.
- LAZARSFELD, P. F. e MERTON, R. K. Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada, in MORAGAS, M. de (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas II. Estructura, Funciones y Efectos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985 [Edição original de 1948].
- LAZARSFELD, P. F. Pronostico para una investigación de las comunicaciones internacionales, in MORAGAS, M. de (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili: 1985 [Edição original de 1953].
- LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B. R. e GAUDET, H. *El Pueblo Elige. Cómo Decide el Pueblo en una Campaña Electoral*. Barcelona: Paidós, 1962 [Edição original de 1944, sob o título *The People's Choice*].
- LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B. R. e McPHEE, W. Political process: The role of the mass media, in SCHRAMM, W. e ROBERTS, D. *The Process and Effects of Mass Communication*. Reviewed edition. Urbana: University of Illinois Press, 1977.
- LAZARSFELD, P. *Qualitative Analysis. Historical and Critical Essays*. Boston: Allyn and Bacon, 1972.

- LAZARFELD, P. Remarks on administrative and critical communications research. *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. 9, n.º 1, 1941.
- LE CLERC, J. V. *Les Journaux Chez les Romains*, Paris: Firmin Didot, 1838.
- LEAL, S. C. da S. *Jornais Indo-Portugueses. Publicação Comemorativa da Exposição da Imprensa Realizada em Maio de 1898 Contendo a Descrição dos Jornais Publicados em Goa, Damão, Diu e Bombaim Desde 1821 Até ao Presente*. Lisboa, Imprensa de Libano da Silva, 1898.
- LEDO ANDIÓN, M. *O Diario Postelevisivo*. Santiago de Compostela: Edicións Lea, 1993.
- LEE, A. *The Origins of Popular Press in England, 1855-1914*, London: Croom Helm, 1976.
- LEE, J. M. *History of American Journalism*. Boston: Houghton Mifflin, 1917.
- LEMAGNY, J-C. e ROUILLÉ, A. (Dir.). *Histoire de la Photographie*. Paris: Bordas, 1986.
- LICHTER, S. *et al. The Media Elite*. Bethesda: Adler & Adler, 1986.
- LINDLOF, T. R. Media audiences as interpretive communities, in ANDERSON, J. A. (Ed.). *Communication Yearbook 11*. Newbury Park: Sage, 1988.
- LINS DA SILVA, C. E. *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomação*. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.
- LINS DA SILVA, C. E. *Em Busca do Voto Perdido. Os Meios de Comunicação na Tentativa de Restaurar um Pacto Populista*. Natal: Coojornal, 1981.
- LIPPMANN, W. e MERZ, C. A test of the news. *New Republic*, vol. 23, 4 de Agosto de 1920.

- LIPPMANN, W. *Liberty and the News*. New York: Hartcourt, Brace and Houe, 1920.
- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. New York: Macmillan, 1922. [Consultada edição de 1965].
- LIPPMANN, W. *The Phantom Public*. New York: Harcourt, Braace and Co., 1925.
- LIVOIS, R. *Histoire de la Presse Française*, Paris : Le Temps de la Presse, 1965.
- LLULL, J. The social uses of television, in WHITNEY, D.C.; WARTTELLA, A e WINDHAL, S. (Eds.). *Mass Communication Review Yearbook III*. Beverly Hills: Sage, 1982 [Edição original de 1980].
- LOCKE, J. *Tratado Sobre a Verdadeira Origem, Extensão e Fim do Governo Civil, Traduzido Para Português Por João Oliveira de Carvalho*. London: Ricardo Taylor, 1689/1833.
- LOEBL, E. *Kultur und Presse*. Leipzig : Dunker & Humblot, 1903.
- LOVRICH, N. P. e PIERCE, J. C. Knowledge gap phenomena. Effect of situation-specific and transitional factors. *Communication Research*, vol. 11, n.º3, 1984.
- LOWENTHAL, L. The triumph of mass idols. *Literature, Popular Culture and Society*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1961 (edição original de 1944).
- LUCE, R. *Writing for the Press. A Manual for Editors, Reporters, Correspondents, and Printers*. Boston: edição do autor, 1886. [Reeditado em 1888: *Writing for the Press: a Manual*, Boston: The Writer Publishing Company; esta versão foi reimpressa em 1907, pela Clipping Bureau Press, também de Boston.]
- LUHMANN, N. *Poder*. Barcelona: Anthropos, 1995.
- LULE, J. *Daily News, Eternal Stories: The Mythological Role of Journalism*. New York: Guilford, 2001.

- LULE, J. The rape of Mike Tyson: Race, the press, and symbolic types. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 12, 1995.
- LUSTOSA, I. *O Nascimento da Imprensa Brasileira*, 2ª edição, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- MACEDO, J. A. *Exorcismos Contra Periódicos e Outros Malefícios*. Lisboa: Oficina da Viúva de Lino da Silva Godinho, 1821.
- MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: GJOL e Calandra, 2003.
- MACHADO, E. *O Ciberespaço Como Fonte para os Jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.
- MACHADO, E. O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em jornalismo. *Estudos em Jornalismo & Mídia*, vol. 2, n.º 1, 2005.
- MACHADO, E. Três pressupostos para que o estudo do jornalismo seja levado a sério (Uma crítica à *Taking Journalism Seriously*, de Barbie Zelizer). *Pauta Geral*, ano 13, n.º 8, 2006.
- MAIA, R. L. (Coord.). *Dicionário de Sociologia*. Porto: Porto Editora, 2002
- MAIGRET, E. *Sociologie de la Communication et des Médias*. Paris: Armand Colin, 2003.
- MAINAR, R. *El Arte del Periodista*. Barcelona: Sucesores de Manuel Soler Editores, 1906.
- MALETZKE, C. *Psicología de la Comunicación Social*. Quito: CIESPAL, 1976 [Edição original de 1963].
- MALETZKE, G. *Einführung in die Massenkommunikationsforschung*. Berlin: Spiess, 1975.
- MANCINI, P. Between trust and suspicion: How political journalists solve the dilemma. *European Journal of Communication*, vol. 8, 1993.

- MANOFF, R. K. Writing the news (by telling the 'story'), in MANOFF, R. K. e SCHUDSON, M. (Eds.). *Reading the News*. New York: Pantheon Books, 1986.
- MARBOT, B. Les premiers pas de la nouvelle image, in LEMAGNY, J-C. e ROUILLÉ, A. (Dir.). *Histoire de la Photographie*. Paris: Bordas, 1986.
- MARBOT, B. Sur le chemin de la découverte (avant 1839), in LEMAGNY, J-C. e ROUILLÉ, A. (Dir.). *Histoire de la Photographie*. Paris: Bordas, 1986.
- MARÍN, A. L.; GARCIA GALERA, C. e RUIZ SAN ROMÁN, J. A. *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Trotta, 1999.
- MARINÉ, E. *Cómo se Administra un Gran Diario*. Madrid: El Libro del Pueblo, 1929.
- MAROCCO, B. e BERGER, C. (Orgs.). *A Era Glacial do Jornalismo. Teorias Sociais da Imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- MARQUES DE MELO, J. *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 1970.
- MARQUES DE MELO, J. e QUEIROZ, A. *Identidade da Imprensa Brasileira no Final do Século*. São Paulo: UNESCO/UMESP, 1998.
- MARQUES DE MELO, J. *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1972.
- MARQUES DE MELO, J. *História do Pensamento Comunicacional. Cenários e Personagens*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MARQUES DE MELO, J. *História Social da Imprensa*, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003 [1ª edição publicada em 1974, sob o título *Sociologia da Imprensa Brasileira*, pela editora Vozes.].
- MARQUES DE MELO, J. *Jornalismo Brasileiro*, Porto Alegre: Sulina, 2003.

- MARQUES DE MELO, J. *Teoria do Jornalismo. Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARTÍN AGUADO, J. A. e ARMENTIA VIZUETE, J. I. *Tecnología de la Información Escrita*. Madrid: Síntesis, 1995.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. *El Mensaje Informativo*. Barcelona: ATE, 1977.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. *La Información en una Sociedad Industrial*. Madrid: Tecnos, 1972.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. *Redacción Periodística*. Barcelona: ATE, 1974.
- MARX, K. e ENGELS, F. *The German Ideology*. New York: International Publishers, 1845-1846/1932/1970 [Publicado integral e originalmente em 1932, reeditado em 1970, mas escrito entre 1845 e 1846. Vários excertos da obra foram publicados em textos dispersos ao longo do século XIX.]
- MASTINO, A. *Gli Acta Urbis. Il “Giornalismo” Nell’Antica Roma*, Montefeltro: Urbino, 1978.
- MATA, M. J. *A Autocrítica no Jornalismo*. Coimbra: Minerva, 2002.
- MATEJKO, A. Newspaper staff as a social system, in TUNSTALL, J. J. (Ed.). *Media Sociology: A Reader*. London: Constable, 1970 [Edição original de 1967].
- MATHEWS, B. C. A study of a New York daily. *The Independent*, n.º 68, 13 Janeiro 1910.
- MATTELART, A. e MATTELART, M. *História das Teorias da Comunicação*. Porto: Campo das Letras, 1997.
- McCOMBS, M. E. e GILBERT, S. News influence on our pictures of the World, in BRYANT, J. e ZILLMANN, D. (Eds.). *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1986.
- McCOMBS, M. E. e SHAW, D. L. Structuring the “unseen environment”. *Journal of Communication*, vol. 27, 1977.

- McCOMBS, M. E. e SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36: 1972.
- McCOMBS, M. E. e SHAW, D. L. The evolution of agenda-setting research: Twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, vol. 43, n.º 2, 1993.
- McCOMBS, M. E. e WEAVER, D. H. Toward a merger of gratifications and agenda-setting research, in ROSENGREN, K. E.; WENNER, L. A. e PALMGREEN, P. (Eds.). *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage, 1985.
- McCOMBS, M. E. Elaborating the agenda-setting influence of mass communication. *Bulletin of the Institute for Communication Research – Keio University*, 1976.
- McCOMBS, M. E. Explorers and survivors: Expanding strategies for agenda-setting research. *Journalism Quarterly*, vol. 69, n.º 4, 1992.
- McCOMBS, M. E. Newspapers vs. television: Mass communication effects across time, in SHAW, D. e McCOMBS, M. E. (Eds.). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West Publishing Company, 1977.
- McCOMBS, M. E. Setting the agenda for agenda-setting research: An Assesment of the priority ideas and problems, in WILHOIT, G. C. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage, 1981 b.
- McCOMBS, M. E. The agenda-setting approach, in NIMMO, D. D. e SANDERS, R. K. (Eds.). *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage, 1981 a.
- McDOUGALL, W. *An Introduction to Social Psychology*. New York: Barnes & Noble, 1960.
- McLEOD, D. M. e HERTOOG, J. K. The manufacture of “public opinion” by reporters: Informal cues for public perceptions of protest groups. *Discourse & Society*, vol. 3, n.º 3, 1992.

- McLEOD, J. M. e BECKER, L.B. The uses and gratifications approach, in NIMMO, D. D. e SANDERS, K. R. (Eds.). *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- McLEOD, J. M. e REEVES, B. On the nature of mass media effects, in WILHOIT, G.C. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- McLUHAN, M. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press, 1962.
- McLUHAN, M. *Understanding Media*. London: Routledge, 1964.
- McMANUS, J. *Market Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage, 1994.
- McQUAIL, D. e GUREVITCH, M Explaining audience behaviour: Three approaches considered, in BLUMLER, J. G. e KATZ, E. (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- McQUAIL, D. e WINDAHL, S. *Communication Models*. 2<sup>nd</sup> edition. New York: Longman, 1993.
- McQUAIL, D. *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003 [Também consultada a edição espanhola de 1991: *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*, Barcelona: Paidós; e as edições em inglês de 1987 e 2000: *Mass Communication Theory: An Introduction* e *McQuail's Mass Communication Theory*, Thousand Oaks: Sage.].
- MEDITSCH, E. *A Rádio na Era da Informação*, Coimbra: Minerva, 1999.
- MELO, R. *A Rádio na Sociedade da Informação*, Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2001.
- MENDES DO NASCIMENTO, M. A. Tobias Peucer e o tripé do jornalismo. *Idade Média*, vol. 1, n.º 1, 2002.

- MERTON, R. K. *Mass Persuasion. The Social Psychology of a War Bond Drive*. New York: Harper, 1946.
- MERTON, R. K. Patterns of influence, in MERTON, R. K. *Social Theory and Social Structure*. Glencoe: Free Press, 1949.
- MERTON, R. K. Patterns of influence: A study of interpersonal influence and communication behaviour in a local community, in LAZARUSFELD, P. F. e STANTON, F. *Communication Research 1948-1949*. New York: Harper, 1949.
- MEUNIER, J.-P. e PERAYA, D. *Introduction aux Théories de la Communication*. Bruxelles: DeBoeck, 1993.
- MEYER, P. *Periodismo de Precisión. Nuevas Fronteras Para la Investigación Periodística*. Barcelona: Bosch, 1993.
- MILIBAND, R. The process of legitimation, in MILIBAND, R. (Ed.). *The State in Capitalist Society*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1969.
- MILL, J. S. *Da Liberdade de Pensamento e de Expressão*. Lisboa: D. Quixote, 1976. [Extraído de *On Liberty*, de 1859.]
- MILLER, V. e JABLIN, F. M. A longitudinal investigation of newcomers' information seeking behaviors during organizational entry. Comunicação apresentada ao encontro anual da International Communication Association, 1991.
- MILLS, C. W. *The Sociological Imagination*. Harmondsworth: Penguin Books, 1970.
- MILTON, J. *Aeropagítica. Discurso Pela Liberdade de Imprensa ao Parlamento de Inglaterra*. Rio de Janeiro: Topbooks, 1644/1999.
- MINGUIJÓN, S. *Las Luchas del Periodismo*. Zaragoza: Tipografía Mariano Salas, 1908.
- MOLOTCH, H. e LESTER, M. News as purposive behavior: On the strategic use of routine events, accidents, and scandals. *American Sociological Review*, vol. 39, n.º1, 1974.

- MOLOTCH, H. L. e LESTER, M. Accidental news: The great oil spill. *American Journal of Sociology*, vol. 81, 1975.
- MONTERO, M. D. *La Información Periodística y su Influencia Social*. Barcelona: Labor/Universitat Autònoma de Barcelona, 1993.
- MONTERO, M. D. *La Información Periodística y su Influencia Social*. Barcelona: Labor/Universitat Autònoma de Barcelona, 1993.
- MORAGAS SPÀ, M. *Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre Medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gíli, 1981.
- MORATÓ I GRAU, J. *Como És Fet un Diari*. Barcelona: Ricard Duran i Alsina imp., 1918.
- MOREIRA DOS SANTOS, J. *Imprensa Empresarial - Da Informação à Comunicação*. Porto: Asa, 1995.
- MOREU LACRUZ, E. *Fundamentos de Cultura Literaria*. Barcelona: Tipografia Católica Casals, 1912.
- MORISON, S. *The English Newspaper*. Cambridge: Cambridge University Press, 1932.
- MORLEY, D. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia Publishing Group, 1986.
- MORLEY, D. The construction of everyday life. Political communication and domestic media, in SWANSON, D. L. e NIMMO, D. (Eds.). *New Directions in Political Communication. A Ressource Book*. Newbury Park: Sage, 1990.
- MORLEY, D. *The Nationwide Audience*. London: British Film Institute, 1980.
- MOSCO, V. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage, 1996.
- MOTT, F. L. *A History of American Magazine*, Harvard: Harvard University Press, 1986.

- MOTT, F. L. *American Journalism. A History of Newspapers in the United States Through 250 Years 1690 to 1940*, New York: Macmillan, 1962 [publicado originalmente em 1941/1942].
- MOUCHON, J. *Política y Medios. Los Poderes Bajo Influencia*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- MOUZINHO DE SENA, N. *A Interpretação Política do Debate Televisivo*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa/Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 2002.
- MUÑOZ, B. *Cultura y Comunicación. Introducción a las Teorías Contemporáneas*. Barcelona: Barcanova, 1989.
- MÜNSTER, H. A. e SCHÖNE, W. *Zeitung Wissenschaft und Deutsche Bibliotheken*. Leipzig: Hadl, 1938.
- MURDOCK, G. e GOLDING, P. Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase, in CURRAN, J; GUREVITCH, M. e WOOLLACOT, J. (Eds.). *Sociedad y Comunicación de Masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1981 [Edição original de 1977].
- MURDOCK, G. e GOLDING, P. For a political economy of mass communications, in HAGEN, I. e WASCO, J. (Eds.). *Consuming Audiences. Production and Reception in Media Research*. Cresskill: Hampton, 1973.
- MURIALDI, P. *Storia del Giornalismo Italiano*, Bologna: Il Mulino, 1996.
- MURROW, E. R. *This Is London*. New York: Simon and Schuster, 1941.
- NAFZIGER, R. O. e WILKERSON, M. W. (Eds.) (1949). *An Introduction to Journalism Research*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- NAFZIGER, R. O. e WHITE, D. M. (Eds.) (1963). *Introduction to Mass Communications Research*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.

- NEAL, R. M. *Newspaper Deskwork*. New York: D. Appleton, 1933.
- NEGROPONTE, N. *Beeing Digital*. Middlesex: Viking Penguin, 1996.
- NERY, I. *Política & Jornais. Encontros Mediáticos*. Oeiras: Celta, 2004.
- NEUMAN, W. R.; JUST, M. R. e CRIGLER, A. N. *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
- NIMMO, D. e COMBS, J. *Mediated Political Realities*. Second edition. New York: Longman, 1983.
- NISBETT, R. e ROSS, L. *Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment*. New York: Prentice-Hall, 1980.
- NOELLE-NEUMANN, E. e MATHES, R. The "event as event" and the "event as news": The significance of "consonance" for media effects research. *European Journal of Communication*, vol. 2: 1987.
- NOELLE-NEUMANN, E. El doble clima de opinión. La influencia de la televisión en una campaña electoral. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 4: 1978.
- NOELLE-NEUMANN, E. Mass media and social change in developed societies, in KATZ, E. e SZESKÖ, T. (Eds.). *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- NOELLE-NEUMANN, E. Return to the concept of powerful mass media, in DENNIS, E.; ISMACH, A. H. e GILLMOR, D. M. (Eds.). *Enduring Issues in Mass Communication*. St. Paul: West Publishing, 1978 [Edições originais de 1973 e 1974].
- NOELLE-NEUMANN, E. *The Spiral of Silence*. Chicago: The University of Chicago Press, 1984.
- NOELLE-NEUMANN, E. The theory of public opinion: the concept of the spiral of silence, in ANDERSON, J. A. (Ed.). *Communication Yearbook 14*. Beverly Hills: Sage, 1991.

- NOELLE-NEUMANN, E. Turbulences in the climate of opinion: Methodological applications of the spiral of silence theory. *Public Opinion Quarterly*, vol. 41: 1977.
- NORA, P. O acontecimento e o historiador do presente, in AA.VV. *A Nova História*. Lisboa: Edições 70, 1983.
- NORA, P. O regresso do acontecimento, in AA. VV. *Fazer História*. Venda Nova: Bertrand, 1977.
- NORONHA, T. *Ensaio Sobre a História da Imprensa*. Lisboa, Tipografia Franco-Portuguesa de Lallemand & C<sup>a</sup>, 1857.
- NOUSSANCE, H. de. Que vaut la presse quotidienne française. *Revue Hebdomaire*, Junho de 1902.
- O’GORMAN, H. e GARRY, S. L. Pluralistic ignorance: A replication and extension. *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, 1976.
- OLIVEIRA, F. *Gramática da Língua Portuguesa*. Lisboa, Oficina de Germão Galhardo, 1536.
- OSSORIO Y BERNARD, M. *Ensayo de un Catálogo de Periodistas Españoles del Siglo XIX*. Madrid: s/e.
- OSSORIO Y BERNARD, M. *Manual del Perfecto Periodista*. Madrid: s/e.
- OUTHWAITE, W. Hans-Georg Gadamer, in SKINNER, Q. (Ed.), *The Return of Grand Theory in the Human Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
- PALMER, M. *Des Petites Journaux aux Grandes Agences (Naissance du Journalisme Moderne), 1863-1914*, Paris : Aubier, 1983.
- PALMGREEN, P. e CLARKE, P. Agenda-setting with local and national issues. *Communication Research*, vol. 4, n.º4, 1976.
- PARK, F. F. *The Influence of Newspaper Presentations Upon the Growth of Crime and Other Antisocial Activity*. Tese de doutoramento não publicada apresentada à Universidade de Chicago. Chicago: University of Chicago, 1910.

- PARK, R. E. A notícia como forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento, in STEINBERG, C. (Org.). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo, Cultrix, s/d.
- PARK, R. E. News and the power of the press. *American Journal of Sociology*, vol. 47, n.º 1, 1941.
- PARK, R. E. News as a form of knowledge: A chapter in the sociology of knowledge. *American journal of Sociology*, vol. 45, n.º 5, 1940.
- PARK, R. E. Reflections on communication and culture. *American Journal of Sociology*, vol. 44, n.º 2, 1938/1939. [reeditado in BERELSON, B. R. e JANOWITZ, M. (Eds.). *Reader in Public Opinion and Communication*. New York: The Free Press: 1966].
- PARK, R. E. *The Collected Papers. Robert E. Park I*. Vol. I. New York: The Free Press, 1950.
- PARK, R. E. *The Collected Papers. Robert E. Park I*. Vol. II. New York: The Free Press, 1950.
- PARK, R. E. *The Collected Papers. Robert E. Park I*. Vol. III. New York: The Free Press, 1955.
- PARK, R. E. *The Crown and the Public*. Chicago: Chicago University Press, 1972 [Tradução da tese de doutoramento apresentada em 1903].
- PARK, R. E. *The Immigrant Press and It's Control*. New York: Harper & Brothers, 1922.
- PARK, R. E. The natural history of the newspaper. *American Journal of Sociology*, vol. 29, n.º 3, 1923.
- PARK, R. E. The natural history of the newspaper. *American Journal of Sociology*, vol. 29, n.º 3, 1923.
- PARK, R. E. The yellow press. *Sociology & Social Research*, vol. 12, n.º 1, 1927.
- PARSONS, T. *El Sistema Social*. Madrid: Alianza, 1982 [Edição original de 1959].

- PASSOS, C. Navegação portuguesa. *Biblos*, 1916.
- PAVLIK, J. *New Media Technologies and the Information Highway*. Nedham: Allyn & Bacon, 1996.
- PAZ REBOLLO, M. A. *EL Colonialismo Informativo de la Agencia Havas en España (1870-1940)*. 2 vols. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- PENA RODRÍGUEZ, A. Historia del periodismo portugués, in PIZARROSO QUINTERO, A. *Historia de la Prensa*, Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.
- PENA, F. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.
- PERCHET, A. J. *Tratado de Periodismo*. Granada: s/e, 1901.
- PEREIRA, A. X. S. *O Jornalismo Português. Resenha Cronológica de Todos os Periódicos Portugueses Impressos e Publicados no Reino e no Estrangeiro Desde o Meados do Século XVI Até à Morte do Saudoso Rei Senhor D. Luís I, Bem Como os Jornais em Língua Estrangeira Publicados em Portugal Durante o Mesmo Tempo. Extraída do Dicionário Jornalístico Português*. Lisboa, Tipografia Soares, 1895.
- PEREIRA, A. X. S. *Os Jornais Portugueses. Sua Filiação e Metamorfoses. Notícia Suplementar Alfabética de Todos os Periódicos Mencionados na Resenha Cronológica do Jornalismo Português Recentemente Publicada Pelo Mesmo Autor e Agora Correcta e Aumentada*. Lisboa, Imprensa de Libano da Silva, 1897.
- PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. *Comunicação e Sociedade*, n.º 33, pp. 199-214, 2000 (tradução de *De relationibus novellis*, Leipzig: Tese de doutorado – Universidade de Leipzig, 1690).
- PHILLIPS, E. B. Approaches to objectivity: Journalistic vs. Social Sciences, in HIRSCH, P. M.; MILLER, P. V. e KLINE, F. G. (Eds.). *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage, 1977.
- PHILLIPS, E. B. What is news? Novelty without change? *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.

- PINTO, M. e SZYMANIAK, W. O valor acrescentado da retórica e estilística na imprensa portuguesa. *Cadernos de Estudos Mediáticos*, vol. III, 2004.
- PINTO, M. Heterogeneidade linguística no jornalismo de referência. *Cadernos de Estudos Mediáticos*, vol. III, 2004.
- PINTO, M. *O Avatar da Linguagem da Imprensa Hodierna e Seus Actores*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2001.
- PINTO, R. J. Reinventing politics in the media age. *Revista da UFP*, n.º 2, 1998.
- PINTO, R. J. *The Evolution of the Structure of Political Journalism in Four "Quality" Newspapers (1970-1995)*. Tese de doutoramento não publicada, apresentada à Universidade do Sussex, 1997.
- PINTO, R. J. The game of soundbites – The shrinking political quotations in the “Quality” press. *Revista da UFP*, n.º 4, 1999.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. e GAITÁN MOYA, J. A. *Metodología General. Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social*. Madrid: Síntesis, 1995.
- PISSARRA ESTEVES, J. *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação Ciência e Tecnologia, 1998.
- PIZARROSO QUINTERO, A. (Coord.). *Historia de la Prensa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.
- PIZARROSO QUINTERO, A. *Historia de la Propaganda*, Madrid: Eudema Universidad, 1990.
- POLLARD, J. *The Presidents and the Press*. New York: Macmillan, 1947.
- PONSONBY, A. *Falsehood in Wartime. Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War*. London: Allen & Unwin, 1928.

- PONSONBY, A. *Falsehood in Wartime. Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War*. London: Allen & Unwin, 1928.
- PONTE, C. *Quando as Crianças São Notícia. Contributo para o Estudo da Noticiabilidade na Imprensa de Informação Geral (1970-2000)*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, área de Jornalismo, apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2002.
- POSTER, M. *A Segunda Era dos Media*. Oeiras: Celta, 2000.
- PRADO, E. *Estrutura da Informação Radiofónica*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- PRAKKE, H.; DRÖGE, F. W., LERG, W. B. e SCHMOLKE, M. *Comunicación Social: Introducción a la Publicística Funcional*. Madrid: Akal, 1977.
- PRIEST, S. H. *Doing Media Research. An Introduction*. London: Sage, 1996.
- PRUGGER, F. V. Social composition and training of *Milwaukee Journal* news staff. *Journalism Quarterly*, vol. 18, n.º 3, 1941.
- PRUTZ, R. E. *Geschichte des Deutschen Journalismus*. Göttingen: Vandernhoeck & Ruprecht, 1971 [publicado originalmente em 1845].
- REAH, D. *The Language of Newspapers*. London: Routledge, 1998.
- REBELO, J. *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Editorial Notícias, 2000.
- REESE, S. e BALLINGER, J. The roots of a sociology of news: Remembering Mr. Gates and social control in the newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 78, n.º 4, 2001.
- REESE, S. Setting the media's agenda: A power balance perspective, in ANDERSON, J. *Communication Yearbook 14*. Newbury Park: Sage, 1991.

- REESE, S.; GANDY, O. e GRANT, A. (Eds.). *Framing Public Life*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.
- RESPI, F. *Manual de Sociologia da Cultura*. Lisboa: Estampa, 1997.
- RHEINGOLD, H. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Simon & Schuster, 1995.
- RIBEIRO, J. C. *Sempre Alerta. Condições e Contradições do Trabalho Jornalístico*, São Paulo: Ollho d'Água e Editora Brasiliense, 1994.
- RIEFFEL, R. *Sociologia dos Media*. Porto: Porto Editora, 2003.
- RIVERS, W. L. The correspondents after 25 years. *Columbia Journalism Review*, n.º 1 – 5, Spring 1962.
- RIZZINI, C. *O Jornalismo Antes da Tipografia*. São Paulo: Editora Nacional, 1977.
- RODA SALINAS, F. J. e BELTRÁN DE TENA, R. *Información y Comunicación. Los Medios y su Aplicación Didáctica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1988.
- RODRIGUES DOS SANTOS, J. *Comunicação*. Lisboa: Prefácio, 2001.
- RODRIGUES DOS SANTOS, J. *O Correspondente de Guerra, o Discurso Jornalístico e a História. Para uma Análise da Reportagem de Guerra em Portugal no Século XX*. Tese de doutoramento submetida à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2001.
- RODRIGUES DOS SANTOS, J. *O Que É Comunicação*. Lisboa: Difusão Cultural, 1992.
- RODRIGUES MANNARINO, M. V. *O Papel do Webjornal*. Porto Alegre: EDIPUCRS e FAMECOS, 2000.
- RODRIGUES, A. D. *A Comunicação Social. Noção, História, Linguagem*. 2ª edição. Lisboa: Vega, s/d.
- RODRIGUES, A. D. *Comunicação e Cultura. A Experiência Cultural na Era da Informação*. Lisboa: Presença, 1994.

- RODRIGUES, A. D. *Estratégias da Comunicação. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade*. Lisboa: Presença, 1990.
- RODRIGUES, A. D. O acontecimento. *Comunicação e Linguagens*, vol. 8: 1988.
- RODRIGUES, A. D. *O Campo dos Media*. Lisboa: Vega, s/d.
- ROGERS, E. M. e DEARING, J. W. Agenda-setting research: Where has it been, where it is going? in ANDERSON, J. A. (Ed.). *Communication Yearbook 11*. Beverly Hills: Sage, 1988.
- ROGERS, J. E. *The American Newspaper*. Chicago: University of Chicago Press, 1909.
- ROMANO, C. What? The grisly truth about bare facts, in MANOFF, R. e SCHUDSON, M. (Eds.). *Reading the News*. New York: Pantheon, 1986.
- ROSENGREN, K. E. Communication research: One paradigm, or four? *Journal of Communication*, vol. 33: 1983.
- ROSENGREN, K. E. e WINDAHL, S. Mass media consumption as functional alternative, in McQUAIL, D. *Sociology of Mass Communication*. Harmondsworth: Penguin Books, 1972.
- ROSENGREN, K. E. Mass communications as cultural indicators. Sweden 1945-1975, in WILHOIT, G.C. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage, 1981 a.
- ROSENGREN, K. E. Media linkages between linking culture and other societal systems, in McLAUGHLIN, M.L. (Ed.). *Communication Yearbook 9*. Beverly Hills: Sage, 1986.
- ROSENGREN, K. Mass media and social change. Some current approaches, in KATZ, E. e SZECSKÖ, E. (Eds.). *Mass Communication and Social Change*. Beverly Hills: Sage, 1981 b.
- ROSITI, F. Campo comunista e campo non comunista nell'analisi delle comunicazioni di massa. *Problemi dell'Informazione*, vol. I, n.º 4, 1976.

- ROSITI, F. *Contraddizioni di Cultura*. Firenze: Guaraldi, 1971.
- ROSITI, F. *I Modi dell'Argomentazione e l'Opinione Publica*. Turim: Eri, 1982.
- ROSITI, F. *Informazione di Massa e Lotta Sindicale*. Roma: Nuova Edizioni Operate, 1976.
- ROSITI, F. L'informazione televisiva: frammentazione e ricomposizione dell'immagine della società. *Ressegna Italiana di Sociologia*, vol. 1, 1976.
- ROSS, E. A. The supression of important news. *Atlantic Monphly*, March 1910.
- ROSS, E. Moot points in sociology. Part II – Part IV. *American Journal of Sociology*, n.º 9, 1903-1904.
- ROSS, E. Moot points in sociology. Part VI. *American Journal of Sociology*, n.º 10, 1904-1905.
- ROSS, E. Moot points in sociology. Part VI. *American Journal of Sociology*, n.º 10, 1904/1905.
- ROSS, E. *New Age Sociology*. New York: D. Appleton-Century, 1941.
- ROSS, E. *Principles of Sociology*. New York: D. Appleton-Century, 1938.
- ROSS, I. *Ladies of the Press*. New York: Harper, 1936.
- ROSTEN, L. *The Washington Correspondents*. New York: Arno, 1974 [Edição original de 1937].
- RUBIN, A. M. Uses, gratifications and media effects research, in BRYANT, J. e ZILLMANN, D. (Eds.). *Perspectives on Media Effects Research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1986.
- RUDENSTINE, D. *The Day the Presses Stopped. A History of the Pentagon Papers Case*, Berkely: The University of California Press, 1996.

- RÜDIGER, F. A Escola de Frankfurt, in HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C. e FRANÇA, V. V. (Orgs.). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes: 2001.
- RÜDIGER, F. *Introdução à Teoria da Comunicação*. São Paulo: Edicon, 1998.
- SAHAGÚN, F. *El Mundo Fue Noticia*, Madrid: Fundación Banco Exterior de España, 1986.
- SALGADO, J. *Virtudes e Malefícios da Imprensa*. Porto: Portucalense Editora, 1945.
- SALOMON, L. *Geschichte des Deutchen Zeitungwesens*. 3 vols. Leipzig: Schartz, 1900-1906.
- SÁNCHEZ ORTIZ, M. *El Periodismo*. Barcelona: Fundación Privada Conde de Barcelona, 1990. [Edição original de 1903].
- SÁNCHEZ ORTIZ, M. *El Periodismo*. Barcelona: Fundación Privada Conde de Barcelona, 1990. [Edição original de 1903].
- SÁNCHEZ-TABERNERO, A. *Dirección Estratégica de la Empresa de Comunicación*. Madrid. Cátedra, 2000.
- SANTOS, R. *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva, 1997.
- SANTOS, R. E. *Introdução à Teoria da Comunicação*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1998.
- SANTOS, R. Jornalismo português em finais do século XIX: Da identificação partidária à liberdade de reportar. *Media & Jornalismo*, ano 4, n.º 6, 2005.
- SANTOS, R. O jornalismo na transição do século XIX para o XX. O caso do diário *Novidades* (1885-1913). *Media & Jornalismo*, ano 5, n.º 7, 2006.
- SANTOS, R. *Os Novos Media e o Espaço Público*. Lisboa: Gradiva, 1998.

- SAPERAS, E. *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*. Porto: Asa, 1993.
- SCHÄFFLE, A. *Abris der Soziologie*. Tübingen: Verlag der H. Laupp'schen Buchhandlung, 1906.
- SCHÄFFLE, A. *Bau und Leben des Sozialen Körpers*. Tübingen: Verlag der H. Laupp'schen Buchhandlung, 1881.
- SCHEUFELE, D. A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, vol. 49, n.º 1, 1999.
- SCHILLER, D. *Objectivity and the News. The Public and the Rise of Commercial Journalism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.
- SCHILLER, H. I. *Communication and Cultural Domination*. White Plains: International Arts and Sciences Press, 1970/1976 [Também consultada a edição espanhola: *Comunicación de Masas e Imperialismo Yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili, 1977].
- SCHILLER, H. I. *The Mind Managers*. Boston: Beacon Press, 1973.
- SCHLESINGER, P. e TUMBER, H. *Reporting Crime: The Media Politics of Criminal Justice*. Oxford: Clarendon.
- SCHLESINGER, P. Newsmen and their time machine. *British Journal of Sociology*, vol. 28, n.º3, 1977.
- SCHLESINGER, P. *Putting "Reality" Together: BBC News*. 2<sup>nd</sup> edition. London: Routledge, 1988.
- SCHLESINGER, P. Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et des limites du média-centrisme. *Resaux*, vol. 51: 1992.
- SCHNEIDER, I. S. Guerra y comunicación: Una relación compleja, in GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia Del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999.
- SCHRAMM, W. (Ed.) *La Ciencia de la Comunicación Humana*. Barcelona: Grijalbo, 1982 [Edição original de 1963].

- SCHRAMM, W. (Ed.) *Mass Communications*. Urbana: University of Illinois Press, 1949.
- SCHRAMM, W. *Communications in Modern Society*. Urbana: Institut of Communications Research, 1948.
- SCHRAMM, W. *One Day in the World's Press*. Stanford: Stanford University Press, 1959.
- SCHRAMM, W. The nature of news. *Journalism Quarterly*, vol. 29, 1949 b.
- SCHRAMM, W. *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: The University of Illinois Press, 1954.
- SCHRAMM, W.; LYLE, J. e PARKER, E. *Television in the Lives of Our Children*. Stanford: Stanford University Press, 1961. (Consultada também a versão espanhola: SCHRAMM, W.; LYLE, J. e PARKER, R. *Televisión para los Niños*. Barcelona: Hispano-Europea, 1965).
- SCHUDSON, M. *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*, New York: Basic Books, 1978.
- SCHUDSON, M. Historical approaches to communication studies, in JENSEN, K. B. e JANKOWSKI, N. W. *Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London: Routledge, 1991.
- SCHUDSON, M. *Origins of the Ideal of Objectivity in the Professions. Studies in the History of American Journalism and American Law 1830-1940*, New York: Garland, 1990.
- SCHUDSON, M. Porque as notícias são como são. *Comunicação e Linguagens*, n.º 8: 1988.
- SCHUDSON, M. Sending a political message: Lessons from the American 1790's. *Media, Culture & Society*, vol. 19, n.º 3.
- SCHUDSON, M. The menu of media research, in BALL-ROKEACH, S. J. e CANTOR, M. G. (Eds.) *Media, Audience, and Social Structure*. Beverly Hills: Sage: 1986 a.

- SCHUDSON, M. *The Power of News*, Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- SCHUDSON, M. The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, vol. 11, 1989.
- SCHUDSON, M. Was there ever a public sphere? If so, when? Reflections on the American case, in CALHOUN, C. (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: The MIT Press.
- SCHUDSON, M. What time means in a news story. *Gannett Center Occasional Papers*, n.º 4, August 1986 b.
- SCHULZE SCHENEIDER, I. La prensa en Alemania, in PIZARROSO QUINTERO, A. *Historia de la Prensa*, Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.
- SCHUTZ, A. e LUCKMANN, T. *Las Estructuras del Mundo de la Vida*. Buenos Aires: Amorrortu, 1977 [Edição original de 1973].
- SCOTT, C. P. *The Manchester Guardian's first hundred years*, in BROMLEY, M. e O'MALLEY, T. (Eds.). *A Journalism Reader*. London: Routledge [edição original de 1921].
- SEARS, D. O. e FREEDMAN, J. L. Selective exposure to communication: A critical review. *Public Opinion Quarterly*, vol. 31: 1967.
- SELDES, G. *Freedom of the Press*. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1935.
- SEMETKO, H. Investigación sobre tendencias de la agenda-setting en los noventa, in MUÑOZ-ALONSO, A. e ROSPIR, J. I. (Eds.) *Comunicación Política*. Madrid: Universitas, 1995.
- SERRANO, E. (2002). *As Presidências Abertas de Mário Soares*. Coimbra: Minerva, 2002.
- SHAW, E. F. Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette*, vol. 25, n.º 2, 1979.
- SHOEMAKER, P. e REESE, S. *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. 2nd edition. White Plains: Longman, 1996.

- SHOEMAKER, P. J. e MAYFIELD, E. Building a theory of news content: A synthesis of current approaches. *Journalism Monographs*, n.º 103, 1987.
- SHOEMAKER, P. J. *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage, 1991.
- SHOEMAKER, P.; EICHOLZ, M.; KIM, E. e WRIGLEY, B. Individual and routine forces in gatekeeping. *Journalism Quarterly*, vol. 78, n.º 2, 2001.
- SIEBERT, F.; PETERSON, T. e SCHRAMM, W. *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press, 1956.
- SIERRA CABALLERO, F. *Elementos de Teoría de la Información*. Alcalá de Guadaíra: Mad, 1999.
- SIGAL, L. V. *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: D. C. Heath, 1973.
- SIGAL, L. V. Who? Sources make the news, in MANNOFF, R. K. e SCHUDSON, M. (Eds.). *Reading the News*. New York: Pantheon Books, 1986.
- SIGELMANN, L. Reporting the news: An organizational analysis. *American Journal of Sociology*, vol. 79, n.º 1, 1973.
- SILBERMANN, A. e KRÜGER, U. M. *Soziologie der Massenkommunikation*. Stuttgart: Kohlhammer, 1973.
- SILBERMANN, A. e ZAHN, E. *Die Konzentration der Massenmedien und ihre Wirkungen*. Düsseldorf: Econ, 1970.
- SILBERMANN, A. L'avenir des systèmes de communication et du comportement social. *Revue Internationale des Sciences Sociales*, vol. 29, n.º 2, 1977.
- SLOAN, W. D. *Perspectives on Mass Communication History*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- SMALL, A. A decade of sociology. *American Journal of Sociology*, n.º 11, 1905-1906.

- SMALL, A. Dr. Albert Schäffle. *American Journal of Sociology*, n.º 9, 1903-1904.
- SMALL, A. e VINCENT, G. *An Introduction to the Study of Society*. Chicago: American Book, 1894.
- SMALL, A. Fifty years of sociology in the United States. *American Journal of Sociology*, n.º 21, 1915-1916.
- SMALL, A. *General Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1905.
- SMALL, A. *Origins of Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1924.
- SMALL, A. Review of *Industrial Evolution* by Karl Bücher. *American Journal of Sociology*, vol. 7, 1912-1913.
- SMITH, A. *Goodbye Gutenberg. La Revolución del Periodismo Electrónico*, Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- SMITH, A. *The Newspaper. An International History*, London: Thames and Hudson, 1979.
- SMITH, R. Mythic elements in television news. *Journal of Communication*, vol. 29, n.º 1, 1979.
- SMYTHE, D. W. On the political economy of communication. *Journalism Quarterly*, vol. 37, n.º 2: 1960.
- SMYTHE, D. W. Las comunicaciones: 'Agujero negro' del marxismo occidental, in RICHERI, G. (Ed.). *La Televisión Entre Servicio Público y Negocio*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983 [Edição original de 1977].
- SNIDER, P. "Mr. Gates" revisited: A 1966 version of the 1949 case study. *Journalism Quarterly*, vol. 44, n.º 3, 1967.
- SNOW, R. P. *Creating Media Culture*. Beverly Hills: Sage, 1983.

- SOLOSKI, J. News reporting and professionalism: Some constraints on the reporting of news". *Media, Culture and Society*, vol. 11, n.º 2, 1989.
- SOMMERVILLE, J. *The News Revolution in England. Cultural Dynamics of Daily Information*, New York: Oxford University Press, 1996.
- SORLIN, P. *Mass Media*. Oeiras: Celta, 1994.
- SOUSA, J. P. A Guerra do Golfo na imprensa portuguesa de grande expansão. *Cadernos de Estudos Mediáticos*, vol. II, 1999.
- SOUSA, J. P. *As Notícias e os Seus Efeitos*, Coimbra: Minerva, 2000.
- SOUSA, J. P. *As Notícias*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1994.
- SOUSA, J. P. *Elementos de Radiojornalismo e de Telejornalismo*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1994.
- SOUSA, J. P. *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2003.
- SOUSA, J. P. *Fotojornalismo Performativo*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1998 [Edição original de 1997].
- SOUSA, J. P. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*, Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.
- SOUSA, J. P. *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental*, Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.
- SPEED, J. G. Do newspapers now give the news? *Forum*, August 1893.
- STARK, R. W. Policy and the pros: An organizational analysis of a metropolitan newspaper. *Berkeley Journal of Sociology*, vol. 7, n.º 1, 1964.
- STARTT, J. D. Good journalism in the era of the New Journalism: The British press, 1902-1914, in WIENER, J. H. (Ed.), *Papers for the Millions. The New Journalism in Britain, 1850-1919*, Connecticut: Greenwood Press, 1988.

- STEEL, R. *Walter Lippmann and the American century*. 2nd edition. London: The Bodley Head, 1981.
- STEFFENS, L. *The Autobiography of Lincoln Steffens*. New York: Harcourt Brace, 1931.
- STEPHENS, M. *A History of News*. New York: Penguin Books, 1988.
- STEVENS, J. e DICKEN-GARCIA, H. *Communication History*, Beverly Hills: Sage, 1980.
- STOCKING, S. H. e GROSS, P. H. *How Do Journalists Think? A Proposal for the Study of Cognitive Bias in Newsmaking*. Bloomington: ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills, 1989.
- STOKLOSSA, P. Der inhalt der Zeitungen. *Zeitschrift der Gesamten Staatwissenschaft*, n.º 66, 1910.
- STORZ, W. *Die Anfänge der Zeitungskunde. Die Deutsche Literatur des 17 und 18. Jahrhunderts über die über Gedruckten Periodischen Zeitungen*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Leipzig, 1932.
- STUTTERHEIM, K. von. *The Press in England*. London: George Allen and Unwin, 1934.
- SUMNER, W. G. *Folkways. A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores and Morals*. Boston: Ginn, 1906.
- SUMNER, W. G. *What Social Classes Owe to Each Other*. Caldwell: Caxton Printers, 1974.
- SUMPTER, R. S. News about news: John G. Speed and the first newspaper content analysis. *Journalism History*, vol. 27, n.º 2, 2001.
- SWANSON, C. E. *Midcity Daily: The news staff and its relation to control*. *Journalism Quarterly*, vol. 26, n.º 1, 1949.
- SWANSON, D. L. The continuing evolution of the uses and gratifications approach. *Communication Research*, vol. 6, n.º 1, 1979.

- SWINGEWOOD, A. *O Mito da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.
- SZYMANIAK, W. J. (Coord.) et al. *Dicionário de Ciências da Comunicação*. Porto: Porto Editora, 2000.
- TARDE, G. *A Opinião e as Massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992 [Edição original de 1901, intitulada *L'Opinion et la Foule*. Paris: Alcan, 1901.
- TEBBEL, J. *Breve Historia del Periódico Norteamericano*, Barcelona: Montaner e Simón, 1967.
- TEBBEL, J. e ZUCKERMANN, M. E. *The Magazine in America, 1741-1990*, Oxford: University Press, 1991.
- TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.
- TENNEY, A. A. The scientific analysis of the press. *The Independent*, 17 October 1912.
- TERRÉN PALACIN, F. *La Carrera de la Prensa de Interés Especial a la Juventud*. Madrid: s/e.
- THIMME, H. *Weltkrieg ohne Waffen: Die Propaganda der Westmächte Gegen Deutschland*. Stuttgart: Cotta, 1932.
- THOMAS, W. I. e ZNANIECKI, F. *The Polish Peasant in Europe and América*. Chicago: University of Chicago Press, 1918.
- THOMAS, W. I. The psychology of the yellow journal. *American Magazine*, March 1908.
- THOMPSON, E. P. *The Making for the English Working Class*. London: Gollancz, 1963.
- TICHENOR, P. J.; DONOHUE, G. A. e OLIEN, C. N. Structure, communication and social power. Evolution of the knowledge gap hypothesis. *Mass Communication Review Yearbook*, 4, 1982.

- TICHENOR, P. J.; OLIEN, C. N.; DONOHUE, G. A. *Community Conflict and the Press*. Beverly Hills: Sage, 1980.
- TICHENOR, P. J.; OLIEN, C. N.; DONOHUE, G. A. e GRISWOLD, W. F., Jr. Social change and gatekeeper change: Opinions of community editors, 1965-85. Comunicação apresentada à American Society for Public Opinion Research, 1986.
- TICHENOR, P.; DONOHUE, G. e OLIEN, C. Structure, communication and social power. Evolution of the knowledge gap hypothesis. *Mass Communication Review Yearbook*, 4, 1982.
- TOCQUEVILLE, A. *Da Democracia na América*. 3ª edição. Porto: Res, 2005 [Edição original : *De la Démocratie en Amérique*. Paris: Gosselin, 1835].
- TÖNNIES, F. *Community and Society*. New York: Harper & Row, 1963.
- TÖNNIES, F. *Kritik der Oeffentlichen Meinung*. Berlin: Springer, 1922.
- TÖNNIES, F. Reform der Presse, *Ethische Kultur*, n.º 33, 1925.
- TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- TRAQUINA, N. *A Tribo Jornalística. Uma Comunidade Transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 2004 b.
- TRAQUINA, N. As notícias, in TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- TRAQUINA, N. As notícias. *Comunicação e Linguagens*, n.º 8, 1988.
- TRAQUINA, N. *Jornalismo*, Lisboa: Quimera, 2002.
- TRAQUINA, N. *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
- TRAQUINA, N. O paradigma do “agenda-setting”. Redescoberta do Poder do Jornalismo. *Comunicação e Linguagens*, vol. 21-22: 1995.

- TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo*, Florianópolis: Insular e Curso de Especialização em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.
- TUCHMAN, G. Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, vol. 79, 1973.
- TUCHMAN, G. *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York: The Free Press, 1978.
- TUCHMAN, G. Myth and the consciousness industry: A new look at the effects of the mass media, in KATZ, E e SZECSEKÖ, T (Eds.). *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- TUCHMAN, G. *News, The Newsman's Reality*. Tese de doutoramento apresentada à Brandeis University, 1969.
- TUCHMAN, G. Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, vol. 71, n.º 4, 1972.
- TUCHMAN, G. Telling stories. *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.
- TUCHMAN, G. The exception proves the rule: The study of routine news practice, in HIRSCH, P.; MILLER e KLINE, F. G. (Eds.). *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage, 1977.
- TUDESC, A. J. La presse et l'événement, in AA.VV. — *La Presse et l'Événement*. Paris: Mouton, 1973.
- TUMBER, H. (Ed.) *News: A Reader* New York: Oxford University Press, 2000.
- TUÑEZ, M. *Producir Noticias. Cómo se fabrica la realidad periodística*. Santiago de Compostela: Tórculo, 1999.
- TUNSTALL, J. *The Media Are American*. London: Constable, 1977.
- TUNSTALL, J. *The Westminster Lobby Correspondents*. London: Routledge, 1970.

- UNDERWOOD, D. *When MBA's Rule the Newsroom*, New York: Columbia University Press, 1993.
- UNGRIA, A. *Grandeza y Servidumbre de la Prensa*. Madrid: Editorial España, 1930.
- VALBUENA DE LA FUENTE, F. *Teoría General de la Información*. Madrid: Noesis, 1997.
- VAN DIJK, T. A. *La Noticia como Discurso. Comprensión, Estructura y Producción de la Información*. Barcelona: Paidós, 1990.
- VAN LANGENHOVE, F. *The Growth of a Legend*. New York: Putnam, 1916.
- VILLAFANE, J.; BUSTAMANTE, E. e PRADO, E. *Fabricar Noticias. Las Rutinas Productivas en Radio y Television*. Barcelona: Mitre, 1987.
- VILLARD, O. G. *Some Newspapers and Newspapermen*. New York: Alfred A. Knopf, 1923.
- VINCENT, G. A laboratory experiment in journalism. *American Journal of Sociology*, n.º 11, 1905-1906.
- VINCENT, R.; CROW, B. e DAVIS, D. When technology fails: The drama of airline crashes in network television news. *Journalism Monographs*, 171, 1989.
- WALLAS, G. *Our Social Heritage*. New Heaven: Yale University Press, 1921.
- WARD, L. F. *Pure Sociology: A Treatise o the Origin and Spontaneous Development of Society*. New York: Macmillan.
- WARTELLA, E. e REEVES, b. Historical trends in research on children and the media: 1900-1960. *Journal of Communication*, vol. 35, n.º 3, 1985.
- WASCO, J. The political economy of communications, in DOWNING, J. D. H. et al. (Eds.). *The SAGE Handbook of Media Studies*. London: Sage, 2004.

- WATZLAWICK, P. *L'Invention de la Réalité. Contribution au Constructivisme*. Paris: Seuil, 1988.
- WAUGH, E. *Scoop*. New York: Penguin, 1938.
- WEAVER, D. H. Political issues and voters need for orientation, in MCCOMBS, M. E. e SHAW, D. L. (Eds.) *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West Publishers, 1977.
- WEBER, M. Sociologia da imprensa: Um programa de pesquisa. *Estudos em Jornalismo & Mídia*, vol. 2, n.º 1, 2005 [Original de 1910].
- WESTLEY, B. H. e MacLEAN, M. S. Jr. A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*, vol. 34, 1957.
- WHITE, D. M. The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, vol. 27, n.º 4, 1950.
- WHITNEY, D. C. e ETTEMA, J. Current research on American mass communicators: Expanding the margins. *Mass Communication Review*, vol. 18, n.º 3, 1992.
- WHITNEY, D. C. e ETTEMA, J. Media production: Individuals, organizations, institutions, in VALDIVIA, A. (Ed.) *Blackwell Companion to Media Studies*, London: Blackwell, 2003.
- WHITNEY, D. C.; SUMPTER, R. S. e McQUAIL, D. News media production. Individuals, organizations, and institutions, in DOWNING, J. D. H.; McQUAIL, D.; SCHLESINGER, P. e WARTELLA, E. *The SAGE Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks: Sage, 2004.
- WIENER, J. H. (Ed.) *Papers for the Millions. The New Journalism in Britain, 1850-1914*, Connecticut: Greenwood Press, 1988.
- WILCOX, D. F. The American newspapers: A study in social psychology. *Annals of the American Academy of Political Science*, vol. 16, 1900.

- WILL, N. *Essai sur la Presse et le Capital*. Paris: Union Générale d'Éditions, 1976.
- WILLIAMS, K. *Understanding Media Theory*. London: Arnold, 2003.
- WILLIAMS, R. *Communications*. Third edition. Harmondsworth: Penguin Books, 1982.
- WILLIAMS, R. *Cultura i Societat 1780-1950*. Barcelona: Laia, 1974 [Edição original de 1958].
- WILSON, C. E. A communication perspective on socialization in organizations. Comunicação apresentada ao encontro anual da International Communication Association, em San Francisco, Maio 1984.
- WILSON, F. G. *A Theory of Public Opinion*. Chicago: Henry Regnery, 1962.
- WIMMER, R. D. e DOMINICK, J. R. *La Investigación Científica de los Medios de Comunicación. Una Introducción a Sus Métodos*. Barcelona: Bosch, 1996.
- WINDAHL, S. e McQUAIL, D. *Communication Models*. Second Edition. New York: Longman, 1993.
- WINDHAL, S.; SIGNITZER, B. e OLSON, J. T. *Using Communication Theory*. London: Sage, 1992.
- WINSTON, B. *Media, Technology and Society. History: From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge, 2004.
- WINTER, J. P. Contingent conditions in the agenda-setting process, in WILHOIT, G. C. (Ed.). *Mass Communication Review Yearbook II*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- WIRTH, L. The sociology of Ferdinand Tönnies. *American Journal of Sociology*, n.º 32, 1926-1927.
- WITTWER, M. *Das Deutsche Zeitschriften und die Entwicklung*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Halle, 1914.

- WOLF, M. Il problema degli effetti nelle teorie delle comunicazioni di massa. *Problemi dell'Infomazione*, vol. 13, n.º 3: 1988.
- WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1987.
- WOLF, M. *Los Efectos Sociales de los Media*. Barcelona: Paidós, 1994.
- WOLFE, T. *El Nuevo Periodismo*, Barcelona: Anagrama, 1977 [Edição original em inglês de 1965].
- WRIGHT, C. R. Functional analysis and mass communication revisited, in BLUMLER, J. G. e KATZ, E. (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- WRIGHT, C. R. Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24: 1960.
- WRIGHT, C. R. *Mass Communication. A Sociological Perspective*. New York: Random House, 1975.
- WUTTKE, H. *Die Deutsch Zeitschriften und die Entstehung der Offentlichen Meinung*. Leipzig: Kruger, 1875.
- ZELIZER, B. Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 10, n.º3, 1993.
- ZELIZER, B. *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*. London: Sage, 2004.
- ZILLMANN, D. Empathy: Affect from bearing witness to the emotions of others, in BRYANT, J. e ZILLMANN, D. *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- ZILLMANN, D. Television viewing and physiological arousal, in BRYANT, J. e ZILLMANN, D. *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991
- ZUCKER, H. G. The variable nature of news media influence. *Communication Yearbook*, 2. New Brunswick: Transaction Books, 1978.

ZUKIN, C. Mass communication and public opinion, *in* NIMMO, D. D. e SANDERS, K. R. (Eds.). *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage, 1981.