

# **O JORNALISMO E O SISTEMA POLÍTICO: AUDIÊNCIAS E MANIPULAÇÃO**

**João Carlos Correia**  
**Universidade da Beira Interior**

## **I**

A problemática dos *media*, em especial do campo do jornalismo, continua a ser central para as condições de existência da democracia deliberativa. Esta concepção de democracia implica a existência de uma esfera pública, entendida como uma rede de comunicação, informação e trocas de pontos de vista, cuja influência se deve reflectir no posterior tratamento das questões que tem lugar no interior do sistema político. Nesta posição confluem factores contraditórios que urge ponderar com as devidas cautelas:

Desde logo, insiste-se no modelo da Publicidade como uma tradição moderna graças à qual a se opera a transformação do domínio público em espaço público.

Ao mesmo tempo relança-se a discussão sobre as condições de viabilidade de um espaço público informal, o qual é em larga medida, mediatizado. A questão reside em garantir a existência de fluxos entre a constituição da opinião na esfera pública e a

tomada de decisão institucional. Estes fluxos implicam uma análise exigente da forma como está organizado o espaço público contemporâneo, identificando quais as suas instituições, constrangimentos e desigualdades

Tal análise requer uma inquirição sobre o papel dos *mass media* nas sociedades contemporâneas. Os cidadãos, idealmente, comportam-se como um público quando dialogam sem restrições acerca de assuntos de interesse geral. Num público de grande dimensão este diálogo exige meios específicos para transmitir informação e influenciar os que a recebem como sejam jornais, revistas Rádio, Televisão, Internet. Ao entendermos a visibilidade mediática como um espaço no qual vários grupos sociais e instituições competem entre si e em que lutas ideológicas se desdobram sobre a definição e a construção da realidade social, a análise da oportunidade de acesso torna-se fundamental. No contexto em que a exigência de pluralismo deve ser balanceada de um modo em que, simultaneamente, se tenha em conta a diferença legítima (a qual só é legítima quando reflecte sobre si mesma e sobre as suas próprias limitações, aceitando justificar-se e submeter-se ao criticismo externo) e a universalidade das condições de debate entre as posições conflituais, o problema do acesso aos *media* torna-se merecedor de uma reflexão que se cruza com a teoria dos efeitos.

## II

Uma das abordagens mais interessantes que revitalizou, entre os anos 70 e 90, a crença do poder dos *media*, designadamente do campo programático do jornalismo, tem o seu pólo em torno do pensamento de Niklas Luhmann e, em especial, das opiniões expressas por este teórico no âmbito dos *media* e do jornalismo. Os conceitos de *autopoiesis* e de encerramento operacional fundam uma teoria da sociedade moderna baseada na diferenciação funcional entre sistemas sociais autónomos, procedendo deste modo a uma ruptura em relação às tradicionais formas de diferenciação baseadas na relação entre sistema e meio ambiente. A comunicação surge como um processo selectivo que se desenvolve em três níveis – produção de um conteúdo informativo, difusão e aceitação desse mesmo conteúdo – processo selectivo este que desencadeia novos processos selectivos nos sistemas, com base nos quais estes operam a redução da complexidade com que se confrontam (Luhmann, 1981 a: 137-138; Esteves, 1993: 23).

Uma das consequências desta tese sobejamente conhecida passa pelo banimento de qualquer noção de esfera pública, sociedade civil e abertura do sistema político próprias das diversas tentativas iluministas de substituir a presença de uma verdade transcendental por uma verdade sujeita ao controlo do consenso argumentativamente fundado. A contingência, entendida no sentido de um “ser possível de um outro modo”, tornada uma característica das sociedades modernas, exige

uma intervenção da opinião pública no sentido da definição de pressupostos temáticos que permitam limitar a discricionariedade do que é politicamente possível (Luhmann, 1993, pp.93-94).

A teoria da tematização (que emerge na Teoria dos Efeitos) analisa a capacidade de os *media* canalizarem os temas de um modo que contribua para diminuir a complexidade enfrentada pelo sistema político. A preexistência de temas institucionalizados que limitam a natureza arbitrária do que é possível politicamente, e não a generalização de opiniões, é que estrutura a comunicação política.

Esta perspectiva tem uma consequência: implica a insistência numa dimensão censurante implícita ao próprio campo dos *media*. A comunicação não pode dizer tudo. Diz apenas de acordo com os critérios selectivos do subsistema dos *media*. A abordagem de Luhmann originou um percurso que acentua “a construção social da realidade” ao chamar a atenção para a para a adopção de critérios próprios a cada sistema. No caso da informação noticiosa – o campo programático da informação que se distingue dos campos programáticos da publicidade e do entretenimento (Luhmann, 2000: 22) – há apenas uma aplicação de critérios que dizem respeito a duas possibilidades: a informação/não informação. São enunciados um conjunto de critérios selectivos, os quais se aproximam consideravelmente daquilo que vulgarmente se considera «valores-notícia»: a) a surpresa, a novidade, o rompimento com as expectativas

esperadas; b) o conflito c) a quantidade); d) a contravenção das normas e a preferência pelo insólito e) a personalização e) a actualidade f) os limites de natureza organizacional.

Assim, nas Guerras do Golfo Pérsico, a chamada censura consistiu apenas em fornecer ao sistema mediático, nomeadamente ao que designa como campo programático do jornalismo, o que eles distinguem como publicável. Dito de outro modo, a censura produziu efeitos que se ajustassem à construção desejada pelos *mass media*, no campo programático da informação. Na verdade, esta formulação teórica de Luhmann explicitamente levada a cabo no interior dos estudos sobre *media* e jornalismo foi talvez o esforço teórico melhor sucedido ou, pelo menos, mais sofisticado para reforçar a hipótese dos efeitos cognitivos e o efeito da tematização. Por isso, incluiu as transformações do sistema comunicativo como o aparecimento da televisão e a mediatização da política, o papel central assumido pelos *media* no comportamento eleitoral em detrimento dos grupos de referência tradicional, a alusão a novos fenómenos de «liderança de opinião».

### III

As teorias que enfatizam a autonomia dos *media* e a adopção de critérios que lhe são implícitos como sistema atribuem ao sistema a capacidade de percepcionarem o mundo sob uma perspectiva que lhe é única. Sublinham a particular situação de

contingência que caracteriza as sociedades complexas com o desenvolvimento de sistemas altamente diferenciados.

Apesar do interesse deste contributo e da aguda percepção que Niklas Luhmann tem de alguns fenómenos da modernidade tardia que se manifestaram nomeadamente no campo programático ou subsistema do jornalismo existem alguns pontos que carecem de ser trabalhados e tidos em conta:

Desde logo, há, no plano da análise social, uma redução do conceito de racionalidade à *zweckrationalitat* de Max Weber. Mesmo relativamente à Teoria dos Sistemas clássica há uma diferença inequívoca: desconhece qualquer consenso (implícito) relativo aos conteúdos de valor dos imperativos emitidos pelo sistema político. Se os *media* funcionam como auxiliares de um mecanismo - a opinião pública - que apenas visa reduzir os temas que o sistema político pode enfrentar, como encarar os fenómenos catalizados pelos *media* em que, justamente, fazem apelos a outras formas de racionalidade que não apenas a racionalidade sistémica?

Por outro lado, no caso concreto do subsistema dos *mass media*, torna-se difícil tomar por adquirido o tipo de diferenciação sistémica apresentado por Luhmann. Falta saber em que medida se pode falar de diferenciação sistémica quando, por exemplo, existe censura prévia ou quando o sistema político ou o sistema económico - como recentemente aconteceu - toma decisões relativas à escolha - eliminação ou nomeação - dos agentes do sistema mediático. Uma quantidade impressionante de exemplos e de refutações

teóricas provenientes da Sociologia da Comunicação e da Teoria da Notícia são susceptíveis de serem introduzidas na discussão desta hipótese.

Luhmann, como exemplo das teses que defende, afirma que os militares na Guerra do Golfo não necessitaram de censurar os jornalistas, limitando-se a proporcionar-lhes o que estes desejavam em função dos seus critérios selectivos. É difícil sustentar que operações organizadas de informação ou de propaganda ou de relações públicas formuladas, redigidas no âmbito do sistema político por um particular subsistema – os núcleos de inteligência e de contra-informação do exército – possam ser entendidas como a aplicação pelo subsistema dos *mass media* dos seus próprios critérios de selecção.

Há uma lógica por detrás de todo o raciocínio expresso que se pode traduzir de uma forma algo simplificadora: se apareceu nos *mass media* é porque foi seleccionada pelos critérios implícitos ao campo programático do jornalismo. Se não foi publicado, é porque não se ajustava aos mesmos critérios. Fenómenos como a intertextualidade, como a desigualdade no acesso aos *media*, como os mecanismos de interferência política ou económica parecem tornar-se secundários, meros efeitos num jogo de sombras que resultaria de uma abordagem perspectivista dos olhares dos sistemas.

Por fim, uma importante crítica à tese de Luhmann diz respeito à dificuldade de ter em conta os factores que dizem respeito às audiências no âmbito da sua argumentação. Se isso é perfeitamente compreensível pelo tom – anti-psicologizante da

sua teoria, ela torna-se dramática quando o fenómeno em análise diz respeito aos *mas media* e à sua relação como o sistema político: não há lugar para outros olhares na Teoria de Luhmann que não seja o olhar dos sistemas. Não por acaso, Luhmann conhece o seu prestígio na análise dos *mass media*, justamente graças a uma refutação da teoria dos efeitos limitados e da teoria do fluxo de comunicação em duas etapas. Tal teoria, pelo menos no âmbito dos desenvolvimentos que se conhecem até ao momento nos limites dos comentários possíveis, desconhece o percurso que vai de encontro a uma reversão na pesquisa dos efeitos dos *media*.

Ora, o problema é que não é possível ficar no âmbito simplista dos pressupostos clássicos da Teoria dos Efeitos: mais limitados ou menos limitados, mais behavioristas ou mais centrados na cognição.

Depois da necessária refutação dos efeitos limitados pelo modelo dos efeitos cognitivos, propõe-se o reconhecimento de uma nova inflexão: os modelos dos efeitos cognitivos que foram o sustentáculo teórico que fez regressar importância dos *media* e a centralidade do jornalismo confrontam-se com a necessidade de pensar a conflitualidade de interpretações, da recepção activa, da multiplicidade de públicos, da descodificação diferenciada. Se esta não é uma verdadeira “novidade”, a chave desta inflexão, o seu traço distintivo que se faz sentir nalgumas das observações sobre o tema é o facto



de estes fenómenos se verificarem quase totalmente dentro do espaço mediático. Neste contexto, as teorias que centram o seu modo de pensar na força coesiva das sociedades e nos efeitos totais, enfrentam alguns paradoxos que tem que ser sistematizados. Ou seja, os *media* não produzem efeitos totais e unidireccionais porque há factores ligados aos próprios *media* que impedem esse tipo de efeitos. De uma maneira talvez mais simples: os *media* não condicionam nem tematizam de modo incondicional exactamente porque uma parte substancial da fragmentação, do pluralismo e do aumento da complexidade resultam dos próprios *media*, da sua segmentação e miniaturização.

#### IV

Como fundamentos desta inflexão, propõem-se os seguintes factores:

A) Desde logo, há que sustentar a existência de transformações relativas ao sistema social. Tais transformações estão ligadas a fenómenos extraordinariamente diversos como sejam as pressões do mercado com vista à emergência de novos segmentos de consumidores, aos fluxos migratórios europeus, às alterações de costumes e do estatuto da mulher, ao aumento da mobilidade, à relativização dos Estados-Nação, à ênfase das diferenças identitárias em torno de temas como a religião, a região, o género ou o ambiente, à especialização

dos mercados, à crise de legitimidade dos sistemas políticos, à fragmentação dos movimentos sociais. Regiões, classes e subclasses, culturas e subculturas, grupos de interesse e minorias associativas são objecto de uma recomposição crescente. Deparamo-nos com uma situação que nos parece paradoxal: há medida que aumenta a concentração dos meios de comunicação – face mais visível da globalização – surgem movimentos de afirmação de identidades e de formas de aceleração do pluralismo. As formas políticas correspondentes ao capitalismo global contemporâneo sofrem de um constante défice de legitimidade, exactamente pelo facto de a laicização do mundo não permitir que uma única narrativa se afirme como predominante, seja através do direito natural seja através de uma religião ou de uma ideologia hegemónica e totalizante. O acesso de crescente número de excluídos à visibilidade acentua este défice de legitimidade, na medida em que sublinha o pluralismo, a contingência e a incerteza. Ou seja, há um aceleração da dialéctica entre inclusão e exclusão.

B) Em segundo lugar, há que focar transformações no sistema comunicativo. Esta transformação estrutural manifesta-se, primeiramente, através da segmentação dos fenómenos de produção e recepção. Para tal contribuem as “Novas Tecnologia Multimédia”, a Internet, a Televisão por cabo e satélite, a regionalização dos *media* de massa. As mudanças estruturais verificadas na relação entre público e privado (a

aceleração das mutações sociais, a emergência de novas identidades sociais e colectivas, a atenção minuciosa ao *self*, o gosto exacerbado pelo prazer individual, o culto, traduzido em diversos registos, da novidade e da diferença), surgem directamente associadas seja a transformações tecnológicas como a miniaturização dos *media*, ao surgimento de *media* interactivos, à descoberta e proliferação das redes; seja a transformações de natureza narrativa como o aligeiramento e encurtamento das mensagens.

C) Simultaneamente surgem uma quantidade de novos fenómenos que tornam inviável concepções demasiado rígidas no que respeita aos efeitos dos *media*. Emergem possibilidades efectivas de criar espaços de observação que exercem a sua vigilância crítica sobre os *media* que pertencem ao *mainstream*, para, em seu lugar, veicular visões alternativas produzidas no exterior do *establishment* mediático.

O jornalismo tem de encarar um fenómeno novo que se configura como uma espécie de efeito paradoxal ou perverso da mediatização generalizada da opinião pública: o poder dos *media* tornou-se um dos temas objecto de atenção, interesse e controvérsia na esfera pública, gerando fenómenos diversos curiosos no que respeita à sua própria avaliação e funcionamento. Desde logo, verifica-se uma apetência generalizada das elites políticas e académicas para produzirem, com alguma recorrência, reflexão sobre essa matéria.

Surge uma tendência da sociedade civil para promover o debate sobre o tema da cobertura mediática. A visibilidade dos

temas agendados pelos *media* e a configuração que lhes é conferida pelas visões do mundo dos jornalistas organizados enquanto comunidade interpretativa também se confronta com a opinião do cidadão comum na sua vida quotidiana, a qual se difunde através de espaços informais.

Um governo que mente de forma demasiado ostensiva mesmo com apoio de *media* poderosos, pode ser confrontado com instâncias de comunicação informal que não controla. De um lado, dos cidadãos comuns, existem formas de comunicação informal, ocasional, directa e espontânea, que funciona como um elemento natural de politização mas que fica muitas vezes limitada a círculos restritos de participantes e que não conseguem alcançar a mediatização. Do outro lado, das elites, existem formas de comunicação política subtraídas deliberadamente ao espaço público e que se confinam à troca de informações confidenciais entre jornalistas, políticos e alguns círculos académicos.

Porém, em democracia, as fronteiras entre aquelas duas formas de comunicação e o próprio espaço público não são rígidas: a opinião aparentemente periférica do senso comum influencia a percepção das mensagens mediáticas e pode, ocasionalmente, tornar-se politicamente relevante. Ao mesmo tempo, a política de segredo das elites confronta-se com as contradições que se verificam entre elas, com lógicas de interesses conflituais e com a voracidade dos *media* e as pressões da opinião pública. Recentemente, os casos “Diário de Notícias”, “Marcelo Rebelo de Sousa”, “Direcção de

Informação da RTP” vieram demonstrar uma evidência: as tentativas de intervir nos critérios dos *media* são observados pelos outros *media* numa lógica de denuncia que prejudica os actores políticos que intervém nesses actos. Contra a lógica que sempre presidiu à sua actuação, os próprios *media* são notícia: sectores importantes da opinião pública discutem as opções dos *media*, a forma como constroem a agenda e como se submetem a ditames exteriores.

## V

Finalmente, surgem transformações de natureza teórica que evidenciam a sensibilidade ao pluralismo e à fragmentação cultural como factos sociais difíceis de contornar:

Do lado da teoria dos sistemas, os usos e gratificações, através de Blumer e Gurevitch, (1995: 11-24) continuam a identificar uma forma de abordagem sensível à presença das audiências.

Seguindo um ponto de vista anteriormente testado nos trabalhos realizados no âmbito da hipótese dos usos e das gratificações, os autores identificam quatro papéis potencialmente susceptíveis de serem desempenhados pelos membros da audiência: o partidário, procurando um reforço das convicções existentes; o cidadão liberal, procurando orientação na decisão de voto; o monitor que procura informação acerca de características do ambiente político (nomeadamente as propostas partidárias, os temas candentes e

a qualidade das lideranças); e o espectador que procura excitação, divertimento e outras satisfações de natureza afectiva e emocional. Uma das linhas de análise perseguida por Blumer e Gurevitch é a de encontrar articulações entre os papéis desempenhados pela audiência, as orientações dos políticos e as orientações dos profissionais da comunicação. Neste sentido, parece lógico sustentar alguma dose de compatibilidade entre as orientações dos produtores, difusores e receptores das mensagens. Assim, a) ao papel de partidário desempenhado do lado da audiência, corresponde um papel de orientação editorial pelo pessoal dos *media* e um papel de «gladiador» do lado dos políticos; b) o papel de cidadão liberal do lado da audiência seria complementado pelo papel de moderador no que diz respeito ao pessoal dos *media* e de persuasor racional por parte dos políticos; c) o papel de monitor pelo lado da audiência seria complementado pelo papel de *watchdog* pelo pessoal dos *media* e de fornecedor de informação pelo lado dos políticos; e o papel de espectador, do lado da audiência, seria complementado pelo de *entertainer* pelo pessoal dos *media* e de actor (*performer*) pelo lado dos políticos.

- Do lado das abordagens críticas, geralmente opositoras do funcionalismo, o conceito de público revela-se, hoje, mais complexo, contraditório e plural que aquele que as grandes correntes teóricas que sobre ele se debruçaram, sugeriam. Se é legítimo pensar que há um pensamento crítico, a sua

constituição, hoje, passa pela assunção plena de uma sociedade plural, fragmentada, onde o mercado desempenha uma função fundamental embora não única, mas onde, simultaneamente, terão que se encontrar respostas que não passem pela estatização da economia, onde finalmente as tecnologias da informação e da comunicação tornam disponível a possibilidade de se tomar a palavra.

Compreendendo o contexto de uma sociedade mediática, afastando-se da tentação de pensar idealisticamente a relação entre entendimento e persuasão, como se ela se pudesse efectuar, hoje em dia, segundo o modelo clássico da *agora* grega, onde as pessoas comunicavam-se imediatamente umas com as outras, Habermas (1996) admite a inserção de poder e prestígio, como definindo em última instância a selectividade dos temas abordados, assim como a forma e a medida em que os mesmos são tematizados na esfera pública.

- Acompanhando esta tendência, os estudos culturais sustentam que um mesmo texto é capaz de proporcionar variadas leituras a audiências diversificadas. Quer a codificação quer a descodificação do texto mediático se desenvolvem de acordo com as diferentes situações de natureza social e cultural que circundam seja produtores seja a audiência, possibilitando, conseqüentemente, diversos quadros de interpretação possível. Esta abordagem do processo comunicativo levou à proliferação de investigações sobre «descodificação diferenciada» com vista, em especial, a encontrar evidências da resistência de

minorias sociais às mensagens dominantes dos meios. A partir desta investigação, defendia-se que as audiências já não podem ser consideradas receptores passivos de informação, mas sim como leitores que aceitavam, rejeitavam, subvertiam e negociavam a interpretação dos textos mediáticos (Cfr. Hartley, 2004: 97).

- A teoria do agendamento, um dos núcleos de pesquisa que aponta para o regresso do poder *dos media* e, em especial, do jornalismo, pode ser objecto de abordagens cada vez mais complexas: com efeito, uma das questões que se coloca é o da desigual possibilidade de acesso à agenda mediática. Evidentemente que esta é em grande parte monopolizada por promotores cujas acções são, à partida consideradas importantes (os titulares dos poderes) e que, por isso, possuem acesso habitual aos media dispondo de maior capacidade para influenciar a sua agenda. Porém, pode haver questões que se transformam em acontecimentos através do chamado acesso disruptivo. Se o objectivo primordial da luta política consiste em fazer coincidir as suas necessidades de acontecimentos pragmaticamente motivadas com as dos profissionais do campo jornalístico, os exemplos da actualidade demonstram que há, também, uma luta pelo poder de agendar. Assim, a luta política tem como palco central uma luta em torno das construções de acontecimentos. Como Cobb e Elder já enunciavam em 1971, as capacidades de processamento e de atenção desenvolvidas por qualquer organização humana são



necessariamente limitadas. Por outro lado, a agenda de controvérsia legítima de qualquer organização supõe a aceitação de algumas formas de conflito e a superação de outras. Porém, essa escolha reflecte e legitima a distribuição de poder entre grupos organizados. Nesse sentido, a noção de *agenda-setting* deve ser equacionada com a de enquadramento como já se adivinhava no texto de Cobb e de Elder (1971).

- Porém, para além destes elementos que consideramos interessante introduzir há um um problema estrutural que constituiu precisamente o contributo dos efeitos cognitivos mas que apelam ao desenvolvimento de uma nova síntese. O erro de fundo na sociologia da comunicação e na reflexão acerca da opinião pública continuou a fazer-se sentir no facto de os grupos primários se oporem aos *media* entendidos como centros emissores que ocupam uma posição piramidal. Ora a atenção que deve ser dada à presença dos *media* - que se entende por fundamental - tem a ver com o facto de ser impossível opor os *media* aos grupos, graças nomeadamente à omnipresença dos primeiros e à importância que as relações simbólicas têm vindo a adquirir na constituição dos próprios grupos, dos diferentes espaços públicos e até na consolidação e na problematização das formas de vida. Em todas as teorias que se debruçam sobre os efeitos de um modo unilateral e que não têm em conta a possibilidade de interpenetrações mútuas, vislumbra-se uma narrativa escondida do receio do triunfo da

comunicação sobre a política, da forma sobre o fundo. Ao fazer-se isso, corre-se o risco de não compreender que o funcionamento da democracia está cada vez mais relacionada com os *media*, sendo que a opinião pública, a busca de influência e a constituição de formas activas de participação não tem necessariamente de se fazer apesar da presença dos *media*, mas com recurso a eles.

Nesta medida, o direito de comunicação reflecte-se nas nossas sociedades, como um direito de ingresso no espaço público, que passa por um direito de participação e visibilidade: acesso a periódicos, emissoras de rádio e, sobretudo ao pequeno écran”. Nesse sentido, a luta pela capacidade de agendar, a luta pela hegemonia, a defesa da afirmação de identidades cruza-se com a necessidade de pensar uma nova retórica mediatizada. Simultaneamente, a negação desse direito conhece uma outra dimensão: a da infoexclusão.

### **Conclusão**

A conclusão aponta pois, para uma nova síntese no plano da Teoria dos Efeitos:

- O reconhecimento do papel dos *media* para o qual contribuiu o modelo dos efeitos cognitivos e a superação dos efeitos limitados.

- A negação dos efeitos unilaterais e o reconhecimento das contradições inerentes às sociedades pluralistas, as quais passam por uma certa ponderação de elementos introduzidos, desde os anos 40, por hipóteses trabalhadas no âmbito dos efeitos limitados, e desde os anos 60 pela reavaliação da noção de público e de audiência.

## Bibliografia

Blumer, Jay e Gurevitch, Michael(1995), *The Crisis of Political communication*, Londres, Routledge.

Cobb, Roger W. e Elder, Charles D., (1971), «The politics of Agenda Building: an alternative perspective for modern Democratic Theory» in *Jornal of Politics*, vol. 33.

Correia, João Carlos (2003), *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, UBI, 1998.

Correia, João (2000), «O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público» in *Revista de Comunicação e Linguagens* , nº 27, *Jornalismos 2000*, pp. 193-212.

Correia, João Carlos (2002), «Comunicação, Mundo da Vida e Reificação» in Correia, João Carlos (org.), *Comunicação e poder*, Covilhã, UBI.

Correia, João Carlos (2004), *Para uma Teoria da Comunicação: os contributos de Schutz e de Luhmann para a “construção social da realidade”*, Covilhã, UBI in Santos, José Manuel e Correia, João Carlos (orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI.

Correia, João Carlos (2004 b), *Comunicação e cidadania: os media e a fragmentação do espaço público na sociedades*

*pluralistas*, Lisboa, Horizonte.

Gitlin, Todd (2002), «Sociologia dos meios de comunicação social: o paradigma dominante» in Esteves, João Pissarra (Org.), org., *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Horizonte.

Habermas, Jürgen (1984), *Mudança estrutural da esfera pública*, Lisboa, Tempo Brasileiro.

Habermas, Jürgen (1996-b), *Between facts and norms*, Cambridge, MIT Press.

Luhmann, Niklas, (1981), «La improbabilidad de la comunicación», *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Vol. XXIII, Paris, UNESCO.

Luhmann, Niklas, (1992), *A Improbabilidade da comunicação*, Lisboa, Vega.

Luhmann, Niklas. (2000), *La realidad de los medios de masas*, Barcelona, Anthropos.

Porto, Mauro (2004), «Enquadramentos da Mídia e Política» in Rubim, Albino (org.), *Comunicação e Política: conceitos e Abordagens*, Editora da Universidade Federal da Bahia (EDUFBA) e Fundação Editora (UNESP).

Saperas, Enric (1993), *Efeitos cognitivos da comunicação de massa*, Lisboa, ASA,1993.