

AS TEORIAS DA IMPrensa DO LIBERALISMO TARDIO

Copyright © 2015
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores
em Jornalismo

FRANCISCO RÜDIGER
Pontificia Universidade Católica-RS, Rio Grande do Sul, Brasil

RESUMO - As transformações por que passou a imprensa por volta de 1900 deram origem a uma reavaliação de seu significado e bases teóricas por parte de seus intérpretes liberais. O colapso do jornalismo político e doutrinário delas resultante foi, de início, objeto de assimilação, via a reestruturação de suas antigas teorias. Depois de 1918, porém, sua agenda de discussões migrou do campo da formação da opinião pública para o da manipulação da consciência das massas. As teorias liberais sofreram um eclipse, que subordinou a velha figura da imprensa ao novo conceito de propaganda. Este artigo relata e avalia as peculiaridades históricas desse processo, analisando as ideias de Frank Taylor, Emil Löbl, Wilhelm Bauer, Karl Kraus e Henry Mencken.

Palavras-chave: História do jornalismo. Teorias do Jornalismo. Imprensa e liberalismo tardio.

LAS TEORIAS DE LA PRENSA DEL LIBERALISMO TARDIO

RESUMEN - Las transformaciones sufridas por la prensa en 1900 dieron lugar a una nueva valoración de su significado y bases teóricas por sus intérpretes liberales. El colapso resultante del periodismo político y doctrinal oriundo destes cambios fué, primero, objeto de una asimilación, a través de la reestructuración de las viejas teorias. Después de 1918, sin embargo, sus discusiones emigraron del campo a la formación de la opinión pública para el de la manipulación de la conciencia de las masas. Las teorias liberales han sufrido un eclipse, que subordinó la antigua figura de la prensa a el nuevo concepto de propaganda. En este artículo se describe y evalúa las peculiaridades históricas de este proceso, mediante el análisis de las ideas de Frank Taylor, Emil Löbl, Wilhelm Bauer, Karl Kraus y Henry Mencken.

Palabras clave: Historia del periodismo. Teorias del periodismo. Prensa e liberalismo tardio.

THE PRESS THEORIES OF LATE LIBERALISM

ABSTRACT - The transformations undergone by the press around 1900 gave rise to a reevaluation of its meaning and its theoretical grounds from the point of view of their liberal interpreters. The collapse of political and doctrinaire journalism resulting from this event was at first object of assimilation by the liberal thought, which had to restructure its own intellectual doctrines. After 1918, however, the agenda of discussions about the press migrated from the field of the shaping the opinion of the public to that of the manipulation of consciousness of the masses. The liberal theories suffered an eclipse, which has subordinated the old figure of the press to the new concept of propaganda. This paper reports and evaluates the historical peculiarities of this process, analyzing the ideas of Frank Taylor, Emil Löbl, Wilhelm Bauer, Karl Kraus and Henry Mencken.

Keywords: History of journalism. Theories of journalism. Late liberalism and the Press.

Durante as últimas décadas século XIX, a imprensa dos grandes centros mundiais passou por uma série de mudanças estruturais, que conduziram à conversão do público leitor em mercado das empresas jornalísticas surgidas em consonância com esta transformação. Nos Estados Unidos, Hearst, Scribbs e Pulitzer sinalizaram a renúncia ao jornalismo partidário e suas pretensões doutrinárias em relação à opinião pública, passando a defender que a imprensa deveria, antes, expressar a vontade popular. Para eles e seus acólitos, chegara a hora de os leitores encontrarem em seus veículos porta-vozes interessados em atender seus anseios, e nada mais. A conversão do impresso em bem de consumo de massa, vê-se, foi acompanhada do aparecimento de um discurso de atendimento do desejo do leitor, à revelia do que então podia pensar o público pensador de cultura, oriundo do liberalismo da II metade do século XVIII.

Na Europa ocidental, não houve exceção, antes podemos encontrar outros casos paradigmáticos, como dá prova a situação no Reino Unido. A revolução industrial e a expansão urbana, mas sobretudo o Ato Educacional de 1870 fomentaram o surgimento de um público que passou a ser explorado pela imprensa. A abolição dos impostos que a gravavam e a crescente alfabetização das massas criaram as condições institucionais para a popularização da leitura de livros, jornais e revistas.

A industrialização da imprensa, promovendo o aumento dos custos de publicação, levou à progressiva transferência de propriedade e controle da imprensa popular da classe trabalhadora para os ricos homens de negócio, enquanto a dependência da publicidade que assim se viabilizou encorajou a absorção ou eliminação da antiga imprensa radical, barrando seu desenvolvimento até a I Guerra Mundial (CURRAN; SEATON, 2006, p. 36).

Toda esta situação provocou impacto na maneira como, até então, a imprensa era vista e avaliada pelos setores intelectualizados da população. No curso do século XIX, firmara-se entre eles a convicção de que a liberdade de expressão e a concorrência de ideias, asseguradas pela livre empresa na atividade editorial, avançavam com a razão e criariam socialmente uma força de equilíbrio instável, a opinião pública, diante da qual as autoridades seriam responsáveis.

A concepção da imprensa como farol ou guia da opinião é um efeito destas circunstâncias, sempre lembrando que, subjacente à mesma, se encontra um processo político que, embora exclua as massas, está, de fato e por princípio, aberto à concorrência

de opiniões. Os jornais seriam publicados principalmente para representarem partidos e, se possível, influir na criação de corrente de opinião mais ou menos abrangente: é assim que se vai formando a ficção efetiva chamada de opinião pública, conforme ensinavam seus teóricos tardios (cf. BAUER, [1914] 2009; TÖNNIES [1922] 2000).

Partia-se do entendimento que, embora se tentasse influenciá-las, as pessoas eram livres e racionais e, assim, capazes tanto de persuadir quanto de serem persuadidas, com base na tese da vitória do melhor argumento. Apesar de se apelar para a imaginação e agir esteticamente sobre os sentidos do público, socialistas e liberais, pelo mundo inteiro, supunham que isso era algo em declínio e estaria para ser superado, “devido à crescente difusão do esclarecimento”, como ainda podia dizer Moisei Ostrogorski (1902, Vol. II, p. 334).

Para ele, embora os partidos controlassem ou influenciassem boa parte da imprensa americana, o fato era que estes jornais “tinham pouca pretensão de dirigir a consciência política de seus leitores, de ensinar-lhes em termos escolares: eles se entendem, predominantemente, como fornecedores de fatos, verdades, sendo isso algo passível de ser obtido” (p. 321). Entretanto, nesta mesma época, a crescente organização empresarial da imprensa começou a determinar uma revisão na linha de entendimento do assunto até então adotada pelos defensores do liberalismo. A reorientação da atividade no sentido comercial e mercadológico descortinou-lhe o que parecia ser um novo e problemático processo de influência na formação da opinião pública: a manipulação da informação através da política editorial do noticiário (ROSS, [1910] 2008).

De fato, aconteceu de o jornalismo começar a se tornar objeto de suspeita e eventual falta de legitimidade pela consciência pública ilustrada. A conversão da imprensa em puro e simples negócio passou a saltar à vista dos seus estudiosos (cf. BÜCHER, [1893] 1901). A crítica foi se endereçando, cada vez mais, aos mecanismos de seleção, distorção e supressão das notícias, ao emprego mais ou menos consentido das práticas de publicity com objetivos políticos pelas páginas dos jornais, à sua falta de imparcialidade na apresentação do noticiário (ROSS, [1910]; RUSSELL [1911]; HARDT, 1979, p. 204-213).

Na continuação, trata-se, em resumo, de expor a reflexão a que toda esta situação ensejou entre alguns teóricos do liberalismo tardio, destacando a maneira como vários de seus porta-vozes, primeiro, reformularam o entendimento de que a imprensa, necessariamente facciosa em manifestação, era, apesar disso, um guia ou farol para a

formação da opinião pública; mas, num segundo momento, todavia começaram a temer pelo seu desenvolvimento em uma época na qual acabaram por aparecer sinais de que o público se dissolvia em massas e a opinião podia ser manufaturada pelo emprego tático da imprensa, do que passou a se chamar de propaganda.

1 DO PASSADO CLÁSSICO AOS SINAIS DE UM NOVO TEMPO

De acordo com o liberalismo clássico, oriundo do século das Luzes, a sociedade civil, para seu bem, era e devia ser palco de um livre debate de ideias, baseado no emprego esclarecido da razão. Cada um podia e devia formar e expressar opinião sobre os assuntos de interesse geral. Ainda em 1914, Wilhelm Bauer observava, sem qualquer reserva ou sinal de preocupação, que “todos os meios de expressão confluem no sentido de organizar a propaganda, peculiar a todo movimento espiritual de certa importância” (BAUER, [1914] 2009, p. 214).

Forçando a letra, pode-se afirmar que a hegemonia da imprensa burguesa, sua era clássica mesma, começa quando as facções que disputam sua liderança política passam a editar jornais para veicular seu ponto de vista e tentar conquistar apoiadores para sua causa. O jornalismo político partidário é uma instituição cujas origens estão ligadas à dialética da esfera pública surgida com a ascensão daquela classe social, no curso do século XVIII. A pressuposição imperante nesta época era a de que a imprensa ajuda a formar e, principalmente, a expressar a opinião dos vários grupos sociais: embora portadora de ambições universalistas, ela é sempre facciosa, servindo para elaborar, discutir e propagar as ideias com que um coletivo disputa sua opinião com os demais num certo espaço comum (cf. HABERMAS, 1984).

Acreditava-se, nesse contexto, que a opinião pública não era senão a síntese desse processo, uma figura cuja aparição era intermediada pela ação doutrinária e o proselitismo intelectual através da imprensa. O princípio que a estruturava ideologicamente, pressupunha-se, era o da persuasão racional, apesar de ser sabido que os veículos formadores da opinião estavam sujeitos ao erro de julgamento e à eventual corrupção financeira.

Desde a época de Balzac, pelo menos, sabia-se que a imprensa podia ser e realmente era, muitas vezes, venal, mas não havia objeção ao fato dela ser engajada. Jamais faltaram críticas às mentiras por ela contadas, sempre houve desconfiança em relação aos seus relatos.

Ninguém tinha dúvida de que, várias vezes, ela publicava matérias e editoriais em troca do dinheiro provindo da parte por aquelas interessada. Por outro lado, havia relativo consenso de que ela era o farol da liberdade civil e, portanto, não deveria ser censurada ou reprimida, para o bem da vida pública e salvaguarda da comunidade (cf. MILL, [1859] 1954, p. 59-118). Objetava-se a doutrina veiculada pelo jornal, não o fato dele ser partidário; denunciava-se a corrupção pecuniária em que às vezes ele recaía, mas não o fato dele ser comprometido ideologicamente (cf. WILMER, 1859).

No final do século XIX, o panorama, conforme indicado, todavia começou a se transformar. O individualismo liberal burguês passou a enfrentar a concorrência das doutrinas políticas e sociológicas de essência coletivista e cunho determinista. No Reino Unido, a crença no princípio da persuasão racional individual foi entrando em eclipse, diante das teorias que acusaram o condicionamento da opinião pela tradição (HAMPTON, 2001, p. 223).

Conforme se tornava um bem de consumo de massas, a reflexão prática sobre a imprensa foi, como dito, abandonando seu entendimento burguês e liberal como meio de expressão e esclarecimento das correntes de opinião pública. A comercialização levou “os jornais a dar aos desprezados integrantes quase sem educação das classes trabalhadoras o que eles queriam” (p. 220).

Por volta de 1900, a progressiva transformação da imprensa em negócio, estimulada pela expansão do público leitor, tanto quanto pelo surgimento de um mercado de notícias determinou o aparecimento de uma nova concepção doutrinária a respeito de sua atividade. A conversão do jornalismo em empresa foi acompanhada da elaboração da doutrina mais ou menos vaga, de acordo com a qual a imprensa, em vez de fazer proselitismo, deveria ajudar a formar a opinião espelhando ou refletindo os fatos, através da elaboração e venda de notícias.

2 FRANK TAYLOR E O COLAPSO DO JORNALISMO POLÍTICO-PARTIDÁRIO

Frank Taylor analisou esta conjuntura em seu opúsculo “The newspaper press as a power both in the expression and formation of public opinion”, de 1898. Aponta-se nele a tendência da imprensa político-partidária britânica a perder sua influência na sociedade, a exemplo do que ocorreria nos Estados Unidos. “Os jornais são agora

uma empresa comercial e precisam se comportar do mesmo modo como outras empresas comerciais” (TAYLOR, 1898, p. 24).

Em meio a tal situação, não falta gente para fazer a costumeiras e “vagas declamações sobre o presente poder e predestinada onipotência da imprensa”, que se tornaram “um nauseante lugar comum da literatura disponível” (1898, p. 3). Porém, para o autor, não é mais o caso. Taylor argumenta “a misteriosa *majestade da imprensa* está evaporando, conforme aumenta o número daqueles capazes de formar seu próprio julgamento” (p. 19). Ainda existe uma “tendência em exagerar o poderio das forças externas que a imprensa representa sobre o pensamento do público, talvez oriunda da vaidade natural dos jornalistas” (p. 18). De fato, porém, sustenta o autor, o poderio ideológico que uma vez ela possuiu está declinando, embora como instituição ela prospere e esteja cada vez mais presente na vida cotidiana, devido à combinação de diversos processos.

Escrevendo em conjuntura na qual a abolição das taxas, o emprego do telégrafo, o transporte ferroviário, o crescimento da instrução, a universalização do voto masculino, os progressos nas artes gráficas impulsionavam o desenvolvimento da imprensa em escala de massas, observa o autor dois movimentos. Por um lado, individualmente, as pessoas estão, por tudo isso, passando a ler mais, mas de forma cada vez mais independente e por prazer, em vez de buscar instruções e seguir diretivas, como teria sido no passado. “A experiência e o conhecimento crescentes estão levando os leitores a não mais precisar de conselheiros” (p. 21). Por outro, coletivamente, elas estão se deixando influir por outras instituições e processos, que ocasionalmente as tornam base social de movimentos que extrapolam o registro propriamente doutrinário, como o jingoísmo (cf. RÜDIGER, 2013).

“O púlpito, o palanque e o panfleto [e o music-hall] são [agora] mais conspícuos do que a imprensa entre os fatores potenciais ou intermitentes [da formação da opinião pública]” (TAYLOR, 1898, p. 19). Neste contexto, entretanto ocorre que a velha imprensa doutrinária, “como poder formador [da consciência], vai lenta e imperceptivelmente declinando” (p. 21), adquire o papel de força coadjuvante, que, em essência, limita-se a conferir reputação às ideias e lideranças que não mais dependem dela para se projetarem. A elaboração da opinião pública por parte da imprensa politicamente engajada tende a recuar, conforme os partidos se vão tornando mais fluidos socialmente e porosos às demandas de um eleitorado cada vez menos comprometido com suas doutrinas e que, multiplicado, só eventualmente, em casos de crise

ou durante os períodos eleitorais, dirige sua atenção para as disputas partidárias, os assuntos do governo e os debates parlamentares.

Em combinação com este processo, que tende a condenar ao desaparecimento as pretensões do jornalismo a “liderar a opinião pública”, o autor ainda salienta o surgimento de “uma mutação de caráter orgânico na imprensa [europeia]” (p. 21). Isto é, o avanço de um novo jornalismo que, explorando escândalos, personalidades e fatos chocantes, por meio de chamadas bombásticas e linguagem popular, “nem imprime a inteligência do interesse público, nem fornece material para formar uma opinião pública” (p. 21).

Apesar destas inclinações ao sensacionalismo, que impedem “boa parte da opinião de tomar forma [política responsável e esclarecida]” (p. 24), nem tudo é mal neste movimento, todavia arremata Taylor. A substituição do artigo de fundo doutrinário pelo relato noticioso objetivo que se efetiva por meio dele consagra um princípio fundador da legitimidade da imprensa em meio ao liberalismo democrático, porque:

A publicação de notícias não apenas é a mais óbvia função dos jornais, mas, em um estado livre, é também a mais indispensável. Sempre que a nação é solicitada a chegar a um julgamento, urge levar informação plena e confiável a todos os lares de forma rápida e barata. Algo que só a imprensa pode fazer, e que se ela, abusando de seu poder, o fizer enganando o povo, pode ajudar a fazê-lo tomar decisões calamitosas (p. 26).

A transformação do jornalismo em pura e simples empresa comercial, embora suponha este risco, não o livra das sanções judiciais e, por isso, sua exploração com fins lucrativos não é incompatível com o exercício de funções cívicas. O perigo representado pela ocupação de seus espaços por material redacional sem verdadeiro interesse público não é, em última análise, algo fatal, podendo ser enfrentado sem prejuízos irreparáveis (p. 25). O público estava passando a entendido como massa anônima, uma clientela de consumidores eventualmente capaz de ser mobilizada pela imprensa, mas isso só ocorreria se houvesse uma concertação duradoura entre os vários veículos, observavou (TAYLOR, 1898; cf. IRWIN [1911] 1969).

3 EMIL LÖBL E WILHELM BAUER: A NOVA TEORIA DA IMPRENSA

Emil Löbl (†1942) se propôs a lançar os fundamentos teóricos para o entendimento científico da imprensa que assim

estava surgindo em seu tratado “Kultur und Presse”, de 1903. Partindo de conceitos orientadores que, em seguida, fariam escola entre os especialistas em jornalística nos países de língua alemã, o jornalista e estudioso austríaco estabelece uma separação entre imprensa política e noticiosa. O objetivo era explanar a estrutura da segunda, a partir da identificação de sua práxis, suportes, formas e estruturas profissionais. O principal, aqui, são suas reflexões acerca dos fundamentos políticos e sociológicos da instituição, suas análises sobre o papel do novo jornalismo em relação aos processos de formação da opinião pública (LÖBL, 1903, p. 214-263).

Löbl “combinou o conhecimento histórico da imprensa moderna e sua reflexão sistemática com a crítica a seu modo de desenvolvimento”, visando encorajar a discussão da cultura surgida em seu redor, escreveu Kniefacz (2008, p. 60). Para ele, com efeito, autor, a imprensa se tornou com o tempo um formidável poder espiritual em meio a vida dos povos, no principal meio de ligação entre o intelecto individual e o intelecto coletivo, no “mais notório suporte do sistema representativo constitucional surgido com os tempos modernos em sua etapa de massas” (LÖBL, 1903, p. 219).

Nesse sentido, ela cumpre uma série de tarefas, que se distribuem por dois eixos, denominados por ele de objetivo e subjetivo. Do ponto de vista objetivo, os periódicos representam um fator de integração política, desenvolvimento econômico e projeção nacional e internacional da população dos vários territórios do planeta, pelo fato de promoverem a interação entre as pessoas, através de um meio técnico de inscrição material da consciência (p. 223-230).

Do ponto de vista subjetivo, há, por sua vez, que se levar em conta dois aspectos. Em primeiro, observar que o novo jornalismo contribui para acelerar o ritmo com que vivenciamos a realidade, através da criação de um fluxo noticioso, em meio ao qual as ideias, carentes de trégua para reflexão, necessariamente retrocedem em impacto intelectual. Em segundo, notar que ele contribui para nivelar a visão que elaboramos da realidade, devido ao caráter cada vez mais padronizado e elementar das formas através das quais as notícias são por ele apresentadas ao grande público (p. 216-223).

Para o autor, os periódicos são, em essência, apenas um “fator multiplicador” da opinião pública, eles não a controlam senão excepcionalmente, porque há muito outros meios de influenciá-la, como provam “os tantos casos em que a opinião pública foi criada sem, ou ainda contra a totalidade da imprensa” (p. 254-255). Os

veículos jornalísticos podem articulá-la e promover a sua difusão eventualmente exponencial, mas não têm como criá-la, até porque isso colide com sua natureza cada vez mais empresarial. A conversão do jornalismo em negócio acarreta sua crescente preocupação em não apenas manter cativo o leitor conquistado, mas indefinidamente expandir seu círculo, o que tende a lhe impor uma tendência populista, que obstrui a tentação de influir arbitrariamente na consciência de seu público existente entre o pessoal da redação (p. 256-263).

A legislação que informalmente a rege e lhe impõem limites de cálculo em suas decisões editoriais, muito mais do que a consciência ou ideologia de seu pessoal, é, portanto, a que se origina do fato de a plataforma publicística que representa o periódico ter adquirido uma estrutura empresarial e capitalista.

Já Gabriel Tarde (†1904) passa por alto este último tipo de análise, sem deixar de repensar a fortuna da opinião numa era de públicos em processo de crescimento e diferenciação, ao elaborar sua reflexão sobre a nova condição adquirida pela imprensa por volta de 1900. Para ele, chegara a época de seu apogeu: agora “os jornais fazem e conduzem o mundo” (TARDE [1898/1901] 1992, p. 44). Em seguida, porém, ele esclarece que isso resulta do fato deles captarem e elaborarem as ideias e sentimentos dos indivíduos, suas opiniões, para converterem-nas, sinteticamente, em opinião pública. Da mútua ação que existe entre os jornais e seus leitores, é que a imprensa “irá fazer uma única e imensa multidão, abstrata e soberana, que batizará com o nome de opinião [pública]” (p. 153).

O jornalismo age sobre as massas, (públicos, em sua terminologia), assim como estas reagem sobre o jornalismo. Os leitores se adaptam aos jornais, assim como eles se adaptam aos leitores. Os publicistas auscultam as pessoas. As pessoas se submetem aos jornais que adulam suas crenças, ideias e sentimentos. Os jornais submetem os leitores à direção intelectual que estes esperam dos seus responsáveis, porque é por meio deles que o público age e intervém na sociedade.

Após alguns tentes, o leitor escolheu seu jornal, o jornal selecionou seus leitores, houve uma seleção mútua, portanto uma adaptação mútua. Um submeteu-se a um jornal de sua conveniência, que adula seus preconceitos ou suas paixões. O outro passou a ter um leitor de seu agrado, crédulo e dócil (p. 42).

Também para o autor, embora “o libelista, o orador, o jornalista e o político tenham de dar forma à vontade das massas” e, portanto,

estas não possuam originalmente uma “opinião configurada”, este processo todo é fruto de um “direcionamento da vontade ou da opinião por essas massas determinado” (BAUER [1914] 2009, p. 101). Tarde apenas não parece ter entendido que, se “a atividade publicística é um meio de agitação, um meio de canalizar em uma determinada direção a maneira de sentir das massas, todavia este meio não é o que nos acostumamos chamar de opinião pública”, como bem ressaltou Wilhelm Bauer ([1914] 2009, p. 107) e, após a Guerra, o sociólogo Ferdinand Tönnies ([1922] 2006).

Retomando a tese de Löbl (1903), este autor nota que os jornais são órgãos da opinião pública, mas não ela mesma, porque sua linha editorial não é determinada apenas pelo seu público leitor, ao incluírem interesses particulares da própria empresa, dos seus clientes comerciais e das forças políticas com que eles estão comprometidos. A liberdade de expressão que eles conquistaram está mais ou menos limitada pelo respeito que têm de mostrar às crenças e valores de sua clientela, se não desejam perdê-la, mas através deste expediente, os jornais “cunham pontos de vista e juízos que erroneamente consideram como a opinião de todos ou da maioria” (BAUER, [1914] 2009, p. 370).

A imprensa [pode ser] livre, mas os jornais não o são” (p. 383), porque, via de regra, cada um deles só expressa parcela da opinião, e não a opinião pública mesma, valendo a pena lembrar ainda que eles “não podem influir arbitrariamente nela, porque no nascimento da opinião pública, além das forças intelectuais, também participam as que atuam no nível dos instintos, dos sentimentos [e das tradições] (p. 400).

4 MENCKEN, KRAUS E A CRISE DO PENSAMENTO LIBERAL

Quando, no início do século passado, o jornalismo se converteu em fenômeno de massas, o sentimento do público pensador de cultura, no primeiro momento, vimos, tendeu à acomodação, mas ao eclodir a I Guerra Mundial, aquele começou a mudar, se foi movendo noutra direção. O emprego da imprensa como arma de guerra e, em seguida, o aparecimento de novos e surpreendentes meios de expressão, como o cinema e o rádio, baseados na exploração da imagem e sensações, passaram a despertar um novo tipo de questionamento.

Apareceu entre os setores sociais estabelecidos a suspeita de que, se por um lado a popularização da imprensa jornalística e

dos novos meios de comunicação representavam progressos para a civilização, de outro havia um pouco de culpa por parte deles em quase tudo o que de ruim estava passando a se constatar na sociedade. O emprego massivo e sistemático da imprensa e outras tantas técnicas de coerção moral e ideológica durante a guerra, a transformação das mesmas num dos principais fatores para a eclosão e manutenção do conflito acirraram as suspeitas e temores encubadas no período imediatamente precedente, nos dois lados do Atlântico.

Escancarou-se à consciência liberal o fato de que o ponto de vista das camadas populares, até então não reconhecido como força relevante na condução dos assuntos públicos, estava passando a ser sentido nos centros de tomada de decisão e disputado pelas forças políticas melhor organizadas de forma cada vez menos legítima ao seu entendimento, conforme se pode avaliar, por exemplo, lendo a crítica pioneira que lhe dirigiu John Hobson (cf. RÜDIGER, 2013).

Em perspectiva, estavam se formando as condições para o surgimento do fenômeno da propaganda, do emprego aberto ou camuflado dos meios de comunicação com o objetivo estratégico de obter apoio ideológico de vastos setores da população para uma causa ou organização, que se escancararia a partir da I Guerra Mundial.

Apesar de a doutrina liberal reformada não ter cedido completamente (cf. TÖNNIES [1923] 2006, p. 131; MACIVER [1926] 1945, p. 273-274), a tendência entre os intelectuais progrediu, então, no sentido de revelar uma crescente desconfiança nos princípios políticos do liberalismo clássico e suas expectativas em relação à capacidade da mão invisível do mercado relativizar a influência dos órgãos de publicidade em meio a uma economia cada vez oligopolizada e um sistema de poder virtualmente totalitário.

Disso o liberalismo tardio, cada vez mais inclinado à social-democracia, teria tomado ciência durante a I Guerra, como revelam os escritos sobre a imprensa de pensadores inicialmente antípodos sobre a matéria, o escritor austríaco Karl Kraus e o jornalista norte-americano Henry Mencken. Kraus não se limitou a denunciar a venalidade da imprensa de seu país, ao começar a defender, nessa época, o que, mais tarde, seria chamada de tese da agulha hipodérmica. Para ele, a eclosão do conflito foi pura e simplesmente obra da imprensa. O nacionalismo dos vários povos em luta não teria conduzido à matança nos campos de combate, se não tivesse sido explorado pelos jornais, com o objetivo de aumentar as tiragens e ganhar mais dinheiro. De início, observava, os jornais não eram mais

que o registro cotidiano da vida. Valeria a teoria do espelho, apesar de todas as distorções a que eles estavam sujeitos. Com o tempo, eles se tornaram, contudo, criadores dos acontecimentos.

Kraus comenta que, embora ainda tentem nos fazer crer que a imprensa é uma atividade que vive de situações preexistentes, esta não é mais uma simples forma de registro da vida. O fato é que, com o tempo, “a vida se tornou a forma impressa da imprensa”. Os jornais não são, agora, meros mensageiros dos acontecimentos, mas os acontecimentos mesmos. Atualmente, a imprensa pretende que as notícias são os verdadeiros fatos e, em função da dependência que passamos a ter em relação a elas, se quisermos ficar sabendo do que acontece, o consegue. O poder que lhe é próprio é, portanto, o de concretizar esta identidade, conclui ele em seus escritos sobre o jornalismo (cf. KRAUS, [1914] 2008, p. 35-57; BOUVERESE, 2001).

Mencken, seu antípoda direitista, mas não menos aristocrático e nietzscheano, também reconheceu criticamente o colapso da crença liberal no papel intelectualmente emancipatório da imprensa, em seus comentários sobre o avanço do novo jornalismo nos Estados Unidos. Adotando um ponto de vista totalmente cínico, que marcou o declínio da era liberal, ele todavia o demoliu de baixo para cima, seguindo uma via oposta a de Kraus. Para Mencken, em meio à era das massas, os jornais refletem a forma de pensar e estilo de vida de seus leitores, perdendo sua condição de força formadora da consciência e ilustradora da opinião pública. Os vícios que eventualmente vitimam a imprensa são um espelho do espírito que domina seu público. A procura do lucro e o espírito mercantil forçam os jornais a se adaptar às demandas das massas – “esta, em substância, é toda a teoria e a prática da arte do jornalismo nos Estados Unidos” (MENCKEN, 1920, p. 42).

Acompanhando a campanha de propaganda de guerra contra os impérios centrais promovida pelo Comitê Creel durante a I Guerra, o jornalista, escritor e crítico cultural, entretanto, introduziu uma nuance neste entendimento. A concordância ideológica entre a imprensa e o público inclui uma licença tácita, por este último dada à primeira, para “treiná-lo na maneira como ele deve pensar e agir” (p. 100).

[O *Boobus americanus*] parece ser pateticamente orgulhoso do fato de receber de outrem o que tem de pensar e, aparentemente, deseja aceitar qualquer instrutor que assume suas complicações a fim de controlá-lo. Isso nos foi revelado claramente durante a última guerra. Os poderes que controlaram a imprensa durante este febril período manejaram o populacho como quiseram (p. 95).

Nesta conjuntura, em que inclusive correu perigo, por causa de suas atitudes germanófilas, revelou-se o fato de que os poderes organizados podiam usar a imprensa em proveito próprio, para “comandar o populacho como lhes agrada”, ainda que não indefinidamente. Aceitando acriticamente a passividade intelectual do grande público na sociedade de massas, o autor acabou, por isso, reiterando sua tese de que a propaganda extrai o principal de sua força menos dos meios que se utiliza, do que “da prontidão do americano comum em aceitar a opinião pré-fabricada” (p. 95).

Em resumo, verifica-se que, para ambos os autores, a imprensa não tem mais salvação, em meio a uma era na qual, em vez de ser guia ilustrada da realidade, ela, por força das circunstâncias, se torna um partido possuidor de sua própria força, dinâmica e interesse (Kraus), ou atua de modo mais ou menos mecânico, em acordo com as demandas de um mercado passivo, heterônimo e massificado (Mencken).

CONCLUSÃO

Ainda depois da Guerra, em meados dos anos 1920, havia um liberalismo reformado capaz de empolgar os velhos preceitos da esfera pública burguesa, sem temor maior pelo que os estavam impactando. Admitia-se normalmente, por exemplo, que, “mais que um veículo de notícias”, a imprensa é um “órgão de propaganda”, que procura “influenciar a opinião”. Que o jornal “não é somente um meio de informação, mas também grande sustentáculo do preconceito [político] e instrumento para a sua exploração [doutrinária]”, como dizia Robert MacIver ([1926] 1945, p. 273).

De fato, prossegue o autor, os jornais sempre selecionam, reprimem e sugerem ideias e notícias, de acordo com o partido político, em sentido amplo, que eles seguem; mas este ponto de vista não era, para liberais como ele, problema, visto que, para eles, era claro que “há limites ao seu poder: a imprensa amplia largamente o campo e aumenta a atividade de um partido, mas normalmente ele não a controla” (p. 273-274).

A razão para tanto estaria no contexto mercantil em que se insere e no sentido de utilidade pública que passou a ter a imprensa. “Os jornais dependem consideravelmente dos serviços que, completamente à parte das opiniões políticas particulares que eles defendem, prestam à população”. Isto é, também constituem

empresas prestadoras de serviço, cujo “êxito financeiro está na proporção direta de sua popularidade”. A tendência, portanto, é a de eles perderem apoio e circulação, “se adotam uma atitude a que uma porção qualquer de seus leitores se opõe”, podendo, se insistirem nela, “arriscar sua própria existência” (p. 274).

O público influencia os jornais, tanto quanto estes influenciam o seu público – porque a imprensa precisa levar conta o perfil de seus leitores ao desenvolver sua atividade editorial. As publicações sectárias eventualmente podem se manter com o apoio de seus partidários. Os jornais metropolitanos, não: eles precisam respeitar o pluralismo de opiniões existentes entre seus leitores, sob pena de, em não o fazendo, deixarem de ser grandes. O fato, portanto, seria que “a opinião pública é, em última análise, a expressão do caráter do povo”: o avanço do socialismo revela, por exemplo, que os movimentos de opinião crescem à revelia dos esforços para controlá-los e, em última instância, “a opinião pública se forma espontaneamente” (MACIVER, [1926] 1945, p. 212; cf. TÖNNIES, [1923] 2006, p. 101).

Entrementes, estava havendo avanços nesse entendimento, sinalizando que esta interdependência entre a imprensa e o público já não seguia mais apenas os princípios da razão pública, conforme ainda preconizavam os doutrinadores liberais e, mesmo, social-democratas. Disso nos dá exemplo a conclusão da análise do assunto proposta pelo prócer trabalhista inglês Norman Angell.

Segundo ele, sim, os jornais se tornaram empresas e, por isso, têm de atender às expectativas do mercado, sendo, por isso, influenciados pelos próprios leitores. “A opinião é em grande parte criada pela imprensa, mas também é fato que ela é criada pela forma como a imprensa joga e explora algumas de suas tendências” (ANGELL, 1922, p. 21).

Porém, acrescentou, é preciso ir além deste juízo, consagrado por volta de 1900. O problema todo é que, conforme se democratiza a sociedade, esta influência do público sobre a imprensa está se tornando cada vez menos consciente, racional e esclarecida, passando a provir antes de atitudes e instintos não racionais, oriundos da desordem social e econômica existente num capitalismo sem regulamentação e sem investimento na formação cultural da população (ANGELL, 1922).

A prova ou sinal intelectual disso se encontra na maneira como, a partir desta época, a discussão sobre o fenômeno da propaganda e

o problema da manipulação acabou por tomar o lugar da preocupação em esclarecer os conceitos de imprensa e de opinião pública, originada do final do século XVIII e ainda existente no início do XX.

Referências

- ANGELL, Norman. **The press and the organisation of society**. London: Labour, 1922.
- BAUER, Wilhelm. **La opinion publica y sus bases históricas**. Santander: Universidad de Cantabria, [1914] 2009.
- BOUVERESE, Jacques. **Schmock ou le triomphe du journalisme**. Paris: Seuil, 2001.
- BÜCHER, Karl. **Industrial evolution**. New York: Holt & Co. [1893] 1901.
- CREEL, George. **How we advertised America**. New York: Harper, 1920.
- CURRAN, James; SEATON, Jean. **Power without responsibility**. 6a.ed. London: Routledge, 2003.
- GAUCHET, Marcel. **La crise du libéralisme, 1880-1914**. Paris: Gallimard, 2007.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HAMPTON, Mark. 'Understanding media': theories of the press in Britain, 1850-1914. **Media, Culture & Society**, v.2, p.213-231, 2001.
- HARDT, Hanno. **Social theories of the press**. Beverly Hills: Sage, 1979.
- IRVIN, Will. **The American newspaper**. Ames (Iowa): Iowa State University, [1911]1969.
- KIERKEGAARD, Sören. **Two ages**. Princeton: Princeton University Press, 2009.
- KNIEFACZ, Katharina. **Zeitungswissenschaft in Wien, 1900-1945**. Viena: Universidade de Viena, 2008.
- KRAUS, Karl. **En esta gran época**. Buenos Aires: Zorzal, [1916] 2009.
- LÖBL, Emil. **Kultur und Presse**. Leipzig: Duncker & Humblot, 1903.
- MACIVER, Robert. **O Estado**. São Paulo: Martins Fontes, [1926] 1945.
- MENCKEN, H. L. **The American Credo**. New York: Knopf, 1920.
- MILL, Stuart. **Sobre la libertad**. Buenos Aires: Aguilar, [1859] 1954.

OSTROGORSKI, M. **Democracy and the organization of political parties**. London: MacMillan, 1902.

PARK, Robert. **Le foule el le public**. Lyon: Parangon, [1903] 2007.

ROSS, Edward. A supressão das notícias importantes (1910). In BERGER, C; MAROCCO, B. (orgas.) **A era glacial do jornalismo II**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RÜDIGER, Francisco. John Hobson, a crise da consciência liberal, a metáfora da agulha hipodérmica e as origens da teoria crítica da propaganda. **E-Compós**, v.16, n.1, p.1-15, 2013.

RUSSELL, Charles. These days in American journalism (1911). In McChesney, R.; Scott, B. (orgs.) **Our unfree press**. New York: New Press, 2004.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news**. New York: Basic Books, 1978.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, [1901] 1992.

TAYLOR, Frank. **The newspaper press as a power both in the expression and formation of public opinion**. London: Blackwell, 1898.

TIMMES, Edward. **Karl Kraus, apocalyptic satirist**. New York: Yale University, 1986.

TÖNNIES, Ferdinand. Opinião pública e “a” opinião pública (1922). In BERGER, C.; MAROCCO, B. (orgas.) **A era glacial do jornalismo I**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

WILMER, Lambert. **Our press gang**. Philadelphia: Lloyd, 1859.

Francisco Rüdiger é professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: frudiger@ig.com.br

RECEBIDO EM: 05/10/2014 | ACEITO EM: 06/04/2015