

Mídia e poder no Brasil contemporâneo: a democracia sequestrada

Luiz Alberto Grijó*

No final da década de 1970 e início da de 1980, com a crise e iminente dissolução do regime civil-militar implantando desde 1964 no Brasil, abriu-se um leque de possibilidades aos agentes sociais e políticos. Algo novo se traçava, ao mesmo tempo em que antigas organizações tentavam se reestruturar. O Partido dos Trabalhadores (PT) e o chamado “novo sindicalismo”, a tentativa de Leonel Brizola e de outros antigos militantes de refundar o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), o retorno ao país dos exilados, da autonomia das organizações estudantis e da competição eleitoral como forma de seleção principal dos agentes políticos, o fim da censura. Não só na sociedade como um todo, mas também em determinados setores, as novas condições implicaram adequação, adaptação, reestruturação. Se as oposições ao regime ditatorial se organizaram em novos partidos políticos, os seus apoiadores também o fizeram. Se a imprensa de vanguarda, um tanto marginal, mas atuante, teve papel importante no enfrentamento político, a então chamada grande imprensa foi mais ou menos a reboque do que ocorria no resto da sociedade.

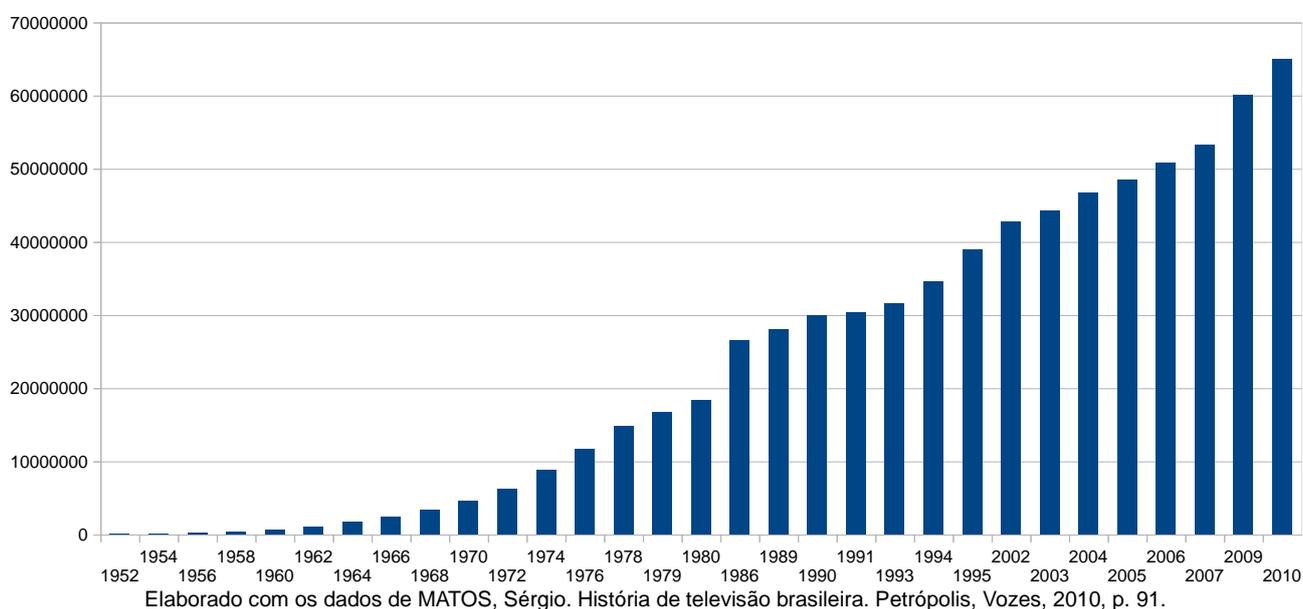
Assim, dadas as novas condições que se íam criando ao mesmo tempo em que o regime anterior ía resistindo a elas, o que não impediu que se fosse esboroando e desestruturando, perdendo suas bases de sustentação na sociedade, ao longo de um processo de mais ou menos 10 anos, como se comportaram em linhas gerais os meio de comunicação atrelados às grandes empresas do setor?

Antes de mais nada, é importante sublinhar que o regime de 64, na medida em que foi se instalando depois do golpe de 31 de março, e, em especial, com o Ato Institucional número 5, passou a controlar os meios de comunicação quanto aos conteúdos do que podia ou não ser veiculado. Também forçou a dissolução de empresas de comunicação identificadas com o antigo PTB ou que fizesse a ele oposição explícita, sendo a maior vítima o grupo empresarial de Samuel Weiner, Última Hora. Por atos de força, como exílios de jornalistas e opositores em geral, por estrangulamento econômico, ou pela adesão prévia e mesmo auxílio direto na derrubada do presidente João Goulart, o regime foi garantido uma imprensa bastante dócil no que se refere a críticas e divulgação de notícias. Por outro lado, foi incentivando a estruturação de grandes

* Doutor em História social pela UFF, professor do Departamento e do PPG em História da UFRGS.

conglomerados nacionais de teledifusão. Entre 1964 e 1980, quando tecnicamente o veículo se transforma e se massifica, as empresas receberam o apoio fundamental do Estado, especialmente com subsídios diretos e indiretos e, com a Embratel e a inserção nacional no sistema interligado de comunicações, permitiu a formação das redes nacionais seguindo o modelo norte-americano. Desde então, a partir do “salto” das décadas de 1960-70, quando se passou de 598.000 aparelhos em seu início para algo em torno de 4.584.000 em 1970, sendo que em 1980 já haviam 18.300.000 deles, o seu crescimento é constante e acentuado, como o gráfico 1 demonstra.

Gráfico I – Número de aparelhos de televisão em uso no país por ano



Por outro lado, se esses dados são cruzamos com os da população do país, tem-se que em 1960 havia 0,000004 aparelhos de televisão por habitante, enquanto que em 1980 eram 0,15 aparelhos por habitante, não por domicílio, o que, se considerado, torna o número de pessoas com acesso aos aparelhos muito maior.

A televisão foi-se constituindo no veículo de massas por excelência e os governantes não ficaram alheios a isso. A já bastante comprovada aliança entre os empresários privados e o governo nesse modelo de organização levou à formação do atual oligopólio privado que caracteriza o setor. Se formaram as grandes empresas de comunicação que se estabeleceram em nichos de mercado em um ambiente de pseudo-competição, pois as organizações Globo assumiram um papel quase monopolístico nessa área, não só atuando como padrão ou modelo para todo o setor, mas atingindo absurdamente altos índices de audiência em algumas de suas programações-ônibus, para usar uma expressão de Pierre Bourdieu (1997: 23).



A questão que se abre é a de como e por que estas empresas que cresceram e se fortaleceram à sombra de um regime a elas tão benéfico optariam por, na medida em que este entrava em crise, posicionar-se, mesmo que como empresas de comunicação, sem “tomar o seu partido”, o partido do regime?

Antes de responder essa questão, mais algumas palavras sobre os meios de comunicação no Brasil. Está também muito demonstrado e assentado na bibliografia (SODRÉ, 1977; BARBOSA, 2007; MOREL, 2008) a dependência que os meios sempre tiveram dos grupos políticos. Pode-se, inclusive, afirmar que a imprensa surgiu no Brasil atrelada aos posicionamentos políticos de seus donos, fossem estes cidadãos privados, como Caldas Júnior e seus sucessores, fossem estas organizações, como o caso de *A Federação*, órgão do Partido Republicano Rio-Grandense (PRR), para ficar no caso do Rio Grande do Sul (RÜDIGER, 2003). Por outra, a imprensa era uma espécie de apêndice ou um recurso a mais nas mãos de agentes político-partidários. A imprensa surgiu a reboque das disputas político-partidárias e assim permaneceu até muito recentemente.

Os casos são inúmeros, mas é emblemática a configuração destes veículos nos momentos que antecederam o golpe de 64. *O Globo* (Roberto Marinho) e *O Estado de São Paulo* (Júlio de Mesquita Filho), sem falar na *Tribuna da Imprensa* (Carlos Lacerda), se perfilaram em favor do golpe, enquanto que o *Última Hora*, então um conjunto de jornais espalhados pelo país, de Samuel Weiner, se perfilava em favor do trabalhismo. Caso emblemático é o do *Luta Democrática*, de Tenório Cavalcanti, o “Homem da Capa Preta”. De acordo com seus posicionamentos partidários, o jornal do político udenista Tenório era ferrenho opositor à Getúlio Vargas. Isso até que Tenório passou a se aproximar de João Goulart e se afastou da UDN, posição na qual se encontrava quando do golpe de 64. Daí em diante o jornal seguiu o caminho de seu proprietário, cassado e obscurecido, entrou em decadência até ser negociado nos anos 1970 (GRYNSZPAN, 1990).

Até o regime de 64, inclusive, a imprensa esteve a serviço dos líderes e grupos políticos que se enfrentavam nas disputas partidárias. Mas isso não é totalmente exato. Se é possível contatar essa relação com as disputas políticas, essa é apenas uma das facetas da questão, pois, sem necessariamente a ela se contrapor, a imprensa era também um negócio, negócio privado vinculado a empreendedores que também visavam o lucro. Estas duas dimensões conviviam relativamente bem: imprensa-empresa e imprensa-política. Com a ditadura, houve a depuração dos reais ou virtuais opositores, sendo que os que sobraram foram brindados com a possibilidade de seu faturamento crescer com o seu fortalecimento enquanto empresas capitalistas que produziam bens para o consumo de massa, com a própria expansão do mercado em geral, seja para os produtos da imprensa escrita, que se beneficiaram dos programas de alfabetização e difusão do ensino, seja para



os produtos dos meios eletrônicos, especialmente pela passagem da era do rádio para a era da televisão. Isso, evidentemente, às custas da despolitização dos meios. A questão não era “falar bem” ou “falar mal” do governo, ou seja, de aderir à situação ou à oposição, mas de falar do que se podia e calar quanto ao resto. Assim operava a censura, deixava os meios e seus profissionais serem jornalísticos ou artísticos até o ponto em que era possível, até que os produtos pudessem passar a ser percebidos como ameaçadores à ordem estabelecida.

Como hipótese de trabalho que ainda está sendo estudada, é possível de se pensar que o regime ditatorial, ao despolitizar forçosamente os meios e os seus profissionais, esses últimos provavelmente os mais incomodados com isso, acabou canalizando os recursos e o foco das empresas para o seu lado propriamente empresarial, para a lucratividade econômica relativa, cada qual com suas possibilidades mais ou menos garantidas por lei pelas concessões de rádio e TV, pelos nichos que passaram a ocupar, ou pelas conexões e outros tipos de relações que estabeleciam enquanto empresas, como no caso dos direitos de reprodução de “gibis” e outros tipos de publicações estrangeiras no Brasil. Em outras palavras, a despolitização dos meios veio ao encontro de seu fortalecimento empresarial, cujas condições para tal eram possibilitadas, garantidas e mantidas pelas políticas públicas do governo.

É este ambiente favorável e acolhedor que passa a sofrer transformações com a crise do regime. Ainda rebocados pela política partidária, os meios se viram envolvidos no retorno significativo dos cidadãos às ruas com as greves do final dos anos 1970 e com as manifestações em favor da redemocratização principalmente nos anos 1980. Nesse caso é emblemática a posição daquele grupo que mais ganhou com o regime à sombra do qual estruturou uma extensa rede de televisão espalhada por todo o país, além de ampliar suas propriedades horizontal, vertical e cruzada de muitos e diversos meios de produção e difusão de bens culturais. O grupo Globo chegou a ignorar a campanha “Diretas Já”, quando, em 1983-4, uma série de manifestações pelo país lideradas por segmentos organizados da sociedade, partidos, sindicatos, associações profissionais, colocou milhões de pessoas nas ruas das principais cidades reivindicando a volta das eleições livres e diretas para presidente da República. Inclusive, noticiou que o evento realizado na Praça da Sé em São Paulo era relativo ao aniversário da cidade, e não ao ato político (ver FANTINATTI, 2007).

Não é objetivo aqui enumerar as ações e omissões nesse sentido que as empresas de comunicação realizaram ao longo da chamada abertura política dos anos 1980. É importante notar que ainda aqui os meios foram a reboque dos acontecimentos. A sociedade organizada em sindicatos, partidos, associações profissionais se pôs à frente do processo que levou ao final do regime de exceção em um processo de transição, negociação e transação que foi habituando e reposicionando



os grupos sociais de acordo com as novas condições estabelecidas, das quais a Constituição de 1988 é o resultado.

A sociedade em geral e os grandes grupos de comunicação em particular tiveram que se adaptar às novas condições de se fazer política no Brasil. O que parece é que a relutância inicial dos meios, alguns dos quais nem ao menos registravam jornalisticamente o que ocorria de contestação ao regime moribundo, é um indicador dessa dívida para com ele e da segurança que sob ele possuíam, muito bem aninhados e abrigados. Porém, passados os momentos iniciais de desconfianças e incertezas, as empresas passaram a atuar fortemente nas novas condições que, ao fim e ao cabo, acabaram por se mostrar até mesmo mais favoráveis a elas do que foram no regime anterior. Por isso acabaram elas também abandonando o barco do regime civil-militar junto com os demais roedores que iam se alinhando com as oposições em número cada vez maior na medida em que mais fraco se tornava. No processo iam também se adaptando e em seu socorro havia já uma quantidade razoável de “expertos” que, tendo estudado principalmente nos Estados Unidos ou sofrendo a influência do que lá se ensinava, podiam fornecer os instrumentos de adaptação dos meios ao regime democrático que se criava. Marqueteiros, administradores e mesmo jornalistas, é interessante aqui citar a conversão de Paulo Francis, que migrou sem escalas de um trotskismo difuso para o neoliberalismo, estavam disponíveis e se dispuseram a cooperar ou operar por eles mesmos ou por sua *expertise* técnica e influência intelectual os reposicionamentos destes e dos outros tantos grupos empresariais do país, muitos dos quais contribuíram com o regime que findava com algo bem mais do que apoio moral.

Os meios de comunicação acabaram por se tornar, na avaliação de Lattman-Weltman:

“a instituição mais decisiva para a qualidade da cidadania no Brasil redemocratizado. Ela impõe suas coordenadas e linguagens específicas sobre as estratégias para as principais disputas eleitorais; fornece os principais elementos simbólicos e cognitivos para a escolha do eleitor; forja – conscientemente ou não – consensos sobre a pauta política e institucional; define, de um modo ou de outro, a agenda política, dos seus termos mais graves a alguns dos mais específicos” (LATTMAN-WELTMAN, 2003: 129-30).

Estas noções que vêm da “teoria da agenda” de Mc Combs (2009), se relacionam à questão de avaliar qual seria a capacidade dos meios de proporem o que é pensável e discutível como problemáticas públicas e, portanto, políticas no mundo das democracias atuais.

Antes de mais nada, há que se ter cuidado em não exagerar demasiadamente o papel dos meios nesse sentido, quer dizer, é preciso se armar contra a possibilidade de cair na esparrela da “mídia como quarto poder”, discurso dos próprios agentes do meio e muito caro a eles, pois assim



se elevam a uma posição para-constitucional bastante conveniente, reduplicam sua importância e constroem para si mesmos e seu papel no mundo um lugar de destaque. Isso não só é um trunfo no jogo político mais amplo, mas também na racionalização e no recrutamento dos “jovens jornalistas” que, ao ingressarem nas redações dos grandes meios, embora mal pagos financeiramente e suportando jornadas de trabalho estafantes, são investidos e se auto-investem de um poder extraordinário como agentes de um poder paralelo. Ou seja, recebem em retribuição uma espécie de compensação simbólica e o vislumbre dos melhores dias quando chegarem, o que é para muito poucos, na posição dos bem-sucedidos.

Voltando à questão do poder de agenda, é sem dúvida a partir da crença nessa possibilidade que os meios agem diretamente sobre o pessoal político, o qual, por sua vez, costuma mendigar espaços nos meios para aparecer *comme il faut*, na suposição de reforçar sua imagem junto ao eleitorado e frente a seus concorrentes internos. Tirando as centenas de importantíssimas micro-relações e interesses compartilhados entre políticos e jornalistas e entre empresários dos meios e políticos, muitos deles, agentes e interesses, venais, pois aqui não haveria espaço para analisá-las convenientemente, enquanto um conjunto de instituições agindo na e sobre a sociedade, os meios sem dúvida, como bem demonstrou Patrick Champagne (1998), vão torcendo em benefício dos recursos que melhor dominam e, portanto, de si mesmos, as regras e pautas do jogo político, procurando transformar, entre outras coisas, aquilo que se convencionou chamar de opinião pública em um espaço mensurável, controlável, identificável e manipulável. Os mecanismos de medição de gostos que são aplicados aos índices de audiência são aplicados do mesmo modo à opinião pública, que passa a se constituir na instância máxima de legitimação dos meios enquanto tais, uma vez que ninguém votou no Gugu, no Faustão ou em William Waack para que ocupem os lugares que ora ocupam, ao mesmo tempo em que passa a ser aquela a instância em nome da qual os meios se auto-proclamam falar e proteger os interesses e gostos.

Paulatinamente os meios se foram aclimatando à democracia e se fortalecendo em sua influência sobre a política até a situação atual em que não mais são rebocados por ela, mas tentam constantemente inverter a equação em seu favor, tornando-a sua refém. É nesse sentido que a democracia foi sequestrada, de uma conquista da sociedade passou a ser identificada pelos meios como tendo sido produto de uma luta por eles capitaneada. Novamente é interessante o caso analisado por Fantinatti a respeito da campanha das Diretas Já e a Rede Globo. Tentando reverter a representação mais do que corrente, não só pelo que se escreveu como bibliografia, mas também pela memória daqueles que vivenciaram o período, de que a empresa sonhou ao público aqueles atos e o seu conteúdo político, tentando inclusive manipulá-los em favor de representações



fantasiosas, mais recentemente tem tentado reverter essa imagem, denegando que seja correta a versão mais corrente. Assim, publicações recentes da emissora sobre sua “memória” passam a “apostar”:

na afirmação de que aquele que seria considerado o principal comício pelas “Diretas Já” não foi omitido do público; que uma crítica comumente dirigida à Globo não passaria de uma falsa versão, baseada em mitos. [...] Segundo ambas as publicações, no que se refere ao movimento pelas Diretas: a) a Globo cobriu os comícios e noticiou o mais importante, o da Praça da Sé, em seu Jornal Nacional; b) a verdadeira motivação para as críticas dirigidas à Globo estaria no fato de haver uma expectativa, entre os proponentes do movimento, de que a emissora apoiasse as Diretas; c) quem critica a Globo perde de vista o momento político e o feroz papel da censura, ao qual ela estava mais ostensivamente exposta, principalmente pelo destaque que tinha, em termos de audiência, em relação a qualquer outro meio de comunicação. Por último, merece atenção um ponto especialmente polêmico, sobre o qual, parece não haver unanimidade: Kamel (2003) opina que a Globo praticou bom jornalismo (FANTINATTI, 2007: 2-3).

Tenta-se transformar o jornalismo nenhum em “bom jornalismo” na perspectiva de criar versões que, ao fim, mesmo sendo elas rechaçadas, entram no mundo relativos das versões as quais, ao confundir, absolvem. Enfim, no fundo a Globo sempre foi em favor da “luta democrática”. Em uma das grandes passagens da literatura Tomasi di Lampedusa, em *O Gattopardo*, coloca na boca do príncipe de Salinas, ao recusar o cargo de senador em Turim que o novo governo lhe oferece, diz: “como o senhor não terá podido deixar de reparar, não tenho ilusões; que utilidade teria eu para o Senado, um legislador inexperto a quem falta a capacidade de enganar a si próprio, esse requisito essencial para quem quer guiar os outros?” (LAMPEDUSA, 2007: 220). Empilhando versões semi-falsas e semi-verdadeiras, tentando fazer crer para dentro e para fora o que se constrói como fato, vai-se ao encontro da objetivação da versão que finda por se tornar parte da verdade factual (ver BOURDIEU, 1981).

Do mesmo modo, os meios tentam operar a estreitíssima identificação entre democracia, liberdade de expressão e liberdade de imprensa. Assim, como defensores destas liberdades, são os curadores da democracia, sinônimo de liberdade. Em um discurso proferido na ocasião do lançamento da Rede em Defesa da Liberdade de Imprensa, o então presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ), mas também dono do conglomerado empresarial e de comunicação Rede Brasil Sul (RBS), um dos mais ricos do país, Nelson Sirotsky, disse o seguinte:

A defesa intransigente da liberdade de imprensa é um compromisso histórico e fundamental da Associação Nacional de Jornais, assumido desde sua fundação. [...] Para nós, que temos o honroso papel de informar diariamente o País, a liberdade é um elemento vital, sem o qual fica definitivamente comprometido o sentido da nossa atividade. Sem a liberdade de informação e opinião, fica comprometida a democracia



e todas as instituições dela derivadas. [...] Desde 1997 a ANJ mantém seu Programa de Defesa da Liberdade de Imprensa, com o objetivo de desenvolver ações para garantir a liberdade de informação e opinião no Brasil e denunciar qualquer tipo de ameaça ao livre exercício da nossa atividade. [...] Na nossa visão, o conceito de liberdade está inteiramente relacionado à ética (SIROTSKY, 2005).

Já o Código de Ética da ANJ explicita em um de seus artigos, que os jornais brasileiros têm o “compromisso incondicional” de “sustentar a liberdade de expressão, o funcionamento sem restrições da imprensa e o livre exercício da profissão” (SIROTSKY, 2005).

A manifestação oficial do presidente da associação dos jornais brasileiros, ou melhor, de seus donos, deixa claro que, para eles, há uma missão de zelar pela liberdade de expressão que se confunde com a de imprensa a qual, por sua vez, se confunde com a democracia, pois é um dos seus sustentáculos. Tudo isso dentro de uma ética definida por eles próprios em seu Código de Ética. Até então, tudo parece muito nobre e elevado. Mas, há um outro ponto no tal código, a ANJ deve “defender os direitos do ser humano, os valores da democracia representativa e a livre iniciativa” (SIROTSKY, 2005). Agora o rol das “liberdades” se completa: liberdade de expressão=liberdade de imprensa=liberdade de empresa. Isso é “liberdade” para os donos dos jornais do Brasil. E, por isso, no mesmo documento, uma advertência ao governo federal que pretendia criar um “Conselho Federal de Jornalismo, uma iniciativa equivocada [...] que o Congresso, muito oportunamente, teve a sabedoria de arquivar” (SIROTSKY, 2005).

Tornar a liberdade de expressão e a democracia como reféns de seus pontos de vista finda por ser um posicionamento político por excelência. Tutelando as instituições se impõe uma visão do que devam ser a democracia e as liberdades concorde com a visão que eles próprios têm da questão. Os meios buscam se apresentar à sociedade como os novos guardiães da ordem e das instituições públicas, os árbitros do que pode ou não pode ser politicamente pensado ou discutido, destronando outros grupos sociais que assim agiram no passado, como os militares. O discurso de Sirotsky sintomaticamente termina com: “o futuro nos pertence e depende da nossa vigilância e do nosso empenho em construí-lo num ambiente verdadeiramente democrático. É para isto que veio a Rede em Defesa da Liberdade de Imprensa” (SIROTSKY, 2005).

Nesse sentido é que os meios podem ser tomados como partido político, não no sentido de de um suposto Partido da Imprensa Golpista (PIG) que a luta política atual lhes têm apostado, mas no sentido de Gramsci, de partido político como instância da sociedade civil organizadora da hegemonia e da dominação social (ver GRAMSCI, 1980: 29-30). Operando essa tutela sobre o regime e buscando defini-lo em seu benefício, os meios centralizam e organizam a produção cultural de modo a legitimar a dominação que eles exercem juntamente com os demais setores



socialmente dominantes. É por isso que, ao fim e ao cabo, acabam por se chocar com outras instâncias de proposição de problemas políticos, de alternativas à agenda estabelecida, como certos movimentos sociais, alguns políticos mais autônomos frente aos meios, e mesmo uma ou outra facção de algum partido político instituído.

É, porém, importante sublinhar que isso se trata do movimento que os meios fazem em seu benefício, o que não significa que não encontrem contestação ou resistência. É assim que, quando no dia 15 de março de 2015, a manifestação que contou com a decisiva participação deles em sua arquitetura e convocação nas páginas dos seus jornais, telas de TV e aparelhos de rádio, o que foi depois por eles insistentemente apresentado como “movimento espontâneo organizado pelas redes sociais”, se caracterizou como um espécie de espelho dos grupos dominantes. Tirando as faixas e cartazes de grupos organizados mais radicais que pregavam a subversão das instituições ou se apresentavam com slogans sexistas, de baixo calão, preconceituosos e etc., na maioria das vezes beirando o, senão comendo, crime, os meios se esforçaram em mostrar atos carnavalizados, coloridos, bem-humorados, sem violência, quase ascéticos, moralmente impolutos. Transformaram a política em espetáculo de *boulevard*, tanto no sentido de que levada às ruas, quanto no sentido de elitista, para as famílias, no claro sentido de tornar o governo cada vez mais refém da sua agenda.

Ao contrário dos protestos de junho de 2013, violentos, arredios e hostis à própria imprensa, críticos ao extremo que tiveram como mote inicial a alto no preço das passagens de ônibus, uma manifestação pacífica da “gente de bem” como a corrupção e, eventualmente, contra o “governo do PT”. Ou seja, os meios tem comparecido diretamente na arena política como força organizadora e canalizadora de diversos descontentamentos na sociedade, muitos deles absolutamente legítimos. 15 de março de 2015 foi um dia que marcou simbolicamente essa virada na posição dos meios no Brasil que está aqui em pauta. Até as Diretas Já e mesmo no processo de *impeachment* de Fernando Collor, os meios foram atrás dos movimentos que se originaram em outros lugares, nos partidos, associações, sindicatos, embora o último possa ser visto com um caso de transição. Em 15 de março foram os meios que claramente rebocaram e canalizaram os descontentamentos nessa forma de manifestação de *boulevard* que tomou o evento.

Que consequências isso pode ter é ainda incerto. De qualquer modo, é importante destacar o que escreveu Pierre Bourdieu a respeito da televisão, que “expõe a um grande perigo as diferentes esferas da produção cultural, arte, literatura, filosofia, direito”, bem como a “um perigo não menor a vida política e a democracia” (BOURDIEU, 1997: 9-10). O risco é que, se os intentos tutelares explícitos dos grandes grupos empresariais do setor de fato se objetivarem sem a contestação que por ora ainda sofrem, ou com ela diminuída e enfraquecida por sua criminalização e perseguição



pelos meios e pelas instituições jurídico-policiais, a democracia e a liberdade paradoxalmente podem se ver castradas pela própria democracia e pela liberdade de imprensa-empresa.

Referências:

- ABREU, Alzira Alves de, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, KORNIS, Mônica Almeida (orgs.). *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro, FGV, 2003.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.
- BARBOSA, Marialva. *História da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. Descrever e prescrever: nota sobre as condições de possibilidade e os limites da eficácia política. Tradução para fins didáticos de Décrire et prescrire: note sur les conditions de possibilité et les limites de l'efficacité politique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, p. 69-73, maio, 1981.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.
- CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo, Hacker, 2004.
- CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis, Vozes, 1998.
- CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder – uma análise da mídia*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CRUZ, Dulce Márcia. *Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina*. Florianópolis/Blumenau, UFSC/FURB, 1996.
- FANTINATTI, Márcia. A cobertura jornalística da campanha pelas “Diretas já”: o fantasma que ainda assombra a história da Rede Globo. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 31 maio a 02 de junho de 2007. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/A%20cobertura%20jornalística%20da%20campanha%20pelas%20Diretas%20já201d.pdf>, acessado em 22/05/2015.
- GRAMSCI, Antonio. *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y el Estado moderno*. Madri, Nueva Visión, 1980.
- GOULART, Ana Paula; RIBEIRO, Igor Sacramento; ROXO, Marco (orgs.). *História da televisão no Brasil*. São Paulo, Contexto, 2010.
- GRYNSZPAN, Mário. Os idiomas da patronagem: um estudo da trajetória de Tenório Cavalcanti. *Revista brasileira de ciências sociais*, n. 14, p. 73-90, out., 1990.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Universitário, 2003.
- LAMPEDUSA, Tomasi di. *O Gattopardo*. Rio de Janeiro, BestBolso, 2007.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Mídia e transição democrática: a (des)institucionalização do pan-óptico no Brasil. In: ABREU, Alzira Alves de, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, KORNIS, Mônica Almeida (orgs.). *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro, FGV, 2003, pp. 129-183.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo, Paulus, 2005.
- MAC COMBS, Maxwell. *A teoria da agenda – a mídia e a opinião pública*. Rio de Janeiro, Vozes, 2009.
- MATOS, Sérgio. *História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política*. Petrópolis, Vozes, 2010.
- MELO, José Marques de. *História social da imprensa*. Porto Alegre, Edipucrs, 2003.
- MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza, LUCA, Tânia Regina de (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo, Contexto, 2008.
- RÜDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2003.
- SIROTSKY, Nelson. *A defesa da liberdade de imprensa no Brasil*. Brasília, UNESCO, 2005. In: http://www.livrosgratis.com.br/arquivos_livros/ue000266.pdf. Acessado em 21 de fevereiro de 2014.