

Imprensa e controle social: um Estado de Poder¹

Maria de Fátima Costa de Oliveira

Profa Ms. Fepesmig -MG e Fatea-SP.²

Resumo

O artigo versa sobre o uso dos Meios de Comunicação por parte do Estado para difundir sua força, sua política, suas ideologias, chegando à mudança de paradigma que se opera, especificamente no Brasil, a partir do fim da censura sobre os veículos. A Imprensa assume o discurso como fonte de controle social. Hipóteses como a da *agenda setting* e da *espiral do silêncio* demonstram que as práticas jornalísticas determinam *o quê e como* o público deve pensar. A ilustração a este fato se dá na análise do discurso de uma reportagem da revista *Veja*, acerca de denúncias de corrupção do atual governo brasileiro.

Palavras-chave

Estado; Comunicação; Jornalismo; Discurso da Imprensa; Controle Social.

Introdução

O novo não está no que é dito,
mas no acontecimento à sua volta.
Michel Foucault

No ano em que o Congresso da Intercom propõe discussões críticas sobre as relações entre Estado e Comunicação, este artigo analisa o discurso incorporado pela Imprensa, quando os Meios de Comunicação passam a desbancar e a relativizar o controle exercido por instituições como a igreja, a escola, os poderes públicos, a família e o próprio Estado. Aponta o modo como o domínio da informação (sua produção e difusão) torna-se um instrumento privilegiado de controle social – adotando práticas semelhantes às que já foram questionadas por esta mesma Imprensa.

¹Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo – no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom - 2006, cujo tema central enfocou o Estado e a Comunicação.

² Mestre em Linguística Aplicada pela Universidade de Taubaté – UNITAU, SP. Bacharel em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, MG. 13 anos de experiência em televisão e docente nos cursos de Jornalismo das Faculdades Integradas Teresa D’Ávila - Fatea (Lorena / SP) e do Centro Universitário do Sul de Minas – Unis-MG (Varginha / MG), vinculado à Fundação Ensino e Pesquisa de MG – Fepesmig. E-mail: fafate@uol.com.br

A concepção de Estado, pela tradição marxista ganhou a alcunha de *aparelho de Estado*. E só faz sentido no exercício de seu poder, como se fosse uma “máquina de repressão que permite à classe dominante assegurar sua dominação sobre as classes operárias para submetê-las ao processo de extorsão (quer dizer, a exploração capitalista)” (ALTHUSSER, 2003, p. 62).

Esta grande máquina que é o capitalismo moderno, está presente produzindo um certo “jeito de ser” no mundo que se traduz tanto em nível de uma macropolítica do social, como em nível de uma micropolítica do desejo, definindo não só os rumos sócio-político-econômicos-culturais da sociedade como um todo, mas também os pequenos gestos do nosso cotidiano (CZERMAK e SILVA, 2004, p. 45).

O Estado sempre soube usar os Meios de Comunicação para difusão da sua filosofia (política, econômica, social, etc). Se muitas vezes é visto, de modo maniqueísta, como um censor da liberdade de expressão; por outras, sua imagem se transfigura conforme o discurso de uma Imprensa regida pela liberdade democrática e de opiniões.

Para contextualizar, ainda que brevemente, a histórica relação entre Imprensa e Estado no Brasil e, em alguns momentos, no mundo – mesmo que nem sempre esta relação tenha sido amistosa -, um pequeno resgate de memória será necessário. A título de ilustração, a ênfase deste resgate prioriza o veículo televisivo em decorrência de sua maior visibilidade junto à população.

Intercursos e discursos da História

No Brasil, o movimento desenvolvimentista da primeira metade do século XX foi orientado pela política do Estado Novo (1937-1945) de Getúlio Vargas, baseado no modelo do fascismo europeu, em que os bens de consumo importados deveriam ser substituídos pelos nacionais. A retórica política do nacionalismo foi amplamente difundida pelas ondas do rádio em programas como “A Voz do Brasil”. A televisão vai chegar ao país justamente no segundo governo Vargas, quando o objetivo era o de investir na indústria pesada nacional e em produtos duráveis.

No mundo todo a Imprensa deu um salto em decorrência das duas Grandes Guerras, sobretudo a Segunda, em que o marco de publicidade do governo alemão foi utilizar os

recursos de comunicação (o rádio e o cinema) como veículos de propaganda nazista. Mattos (2002), um dos maiores estudiosos da televisão no Brasil, atesta que os fatores internacionais influenciam no desenvolvimento dos meios de comunicação em países do Terceiro Mundo, mas que aqui as condições internas foram mais determinantes:

os meios de comunicação de massa – principalmente a televisão – e também a indústria publicitária têm refletido não apenas a forma particular de desenvolvimento dependente do país, mas ainda os interesses políticos de quem está no poder, como ocorreu durante o longo período da ditadura militar de 1964 a 1985 (MATTOS, 2002, p.9).

A história do telejornalismo brasileiro começa ainda em 1949, quando o jornalista visionário Francisco de Assis Chateaubriand importa 30 toneladas de equipamentos da empresa americana RCA Victor. Em 3 de abril de 1950, a inauguração do novo veículo, foi “transmitida” do estúdio para o saguão do conglomerado de comunicação dos Diários Associados.

No início dos anos 60, quinze emissoras de televisão já operavam em importantes cidades brasileiras. Mattos (2002) relata que, quando os efeitos do consumo de produtos industrializados cresceram, as emissoras passaram a se tornar tecnicamente viáveis como empresas comerciais, originando o mercado publicitário competitivo.

Desde o seu nascimento, portanto, a programação da televisão brasileira é “orientada para o lucro (com exceção das estatais), seu controle acionário está nas mãos de uns poucos grupos familiares e funciona sob o controle da legislação existente para o setor” (MATTOS, 2002, p.50).

O primeiro telejornal foi o *Imagens do Dia*, que exibia as imagens captadas sem qualquer tipo de edição. O noticiário durava o tempo que durassem as imagens, ainda em película. O que se pode considerar de semelhante entre este primeiro telejornal e os que são produzidos hoje, é o conceito do “factual”. E talvez, a íntima relação com aparelhos ideológicos do Estado, para citar o conceito althusseriano, uma vez que as primeiras cenas mostradas foram as de um desfile cívico-militar pelas ruas de São Paulo.

Reconhecimento no exterior pela criatividade brasileira, o telejornalismo nacional só ganhou com o noticiário da TV Excelsior, o *Jornal de Vanguarda*. Pioneiro na contratação de jornalistas para cuidar da produção das notícias, o *Jornal de Vanguarda*, dirigido por Fernando Barbosa Lima, recebeu o Prêmio Ondas, na Espanha, como um dos

melhores jornais de informação do mundo. Seu criador, conta que “era um grande show de notícias, um jornal altamente informativo e criativo que tinha coragem de ter opinião. Foi uma revolução na TV” (SOBRINHO, 2000, p. 90).

Todo esse reconhecimento esbarrou, todavia, no Golpe de 1964. O Jornal de Vanguarda resistiu ainda por algum tempo, até que, após a edição do Ato Institucional nº5 pelo governo militar, a equipe resolveu extingui-lo para ‘evitar que ele morresse pouco a pouco a cada dia, numa torturante agonia’. Encerrava-se ali uma das passagens mais criativas da história do telejornalismo brasileiro (REZENDE, 2000, p. 107-8).

A partir do Golpe de 64, a televisão teve a clara função de corroborar para o sistema de monopólios da economia nacional:

o Estado jogou alto para que o número de aparelhos de tv se disseminasse pelo Brasil [...]. E os objetivos a serem atingidos com esse processo não eram apenas a ordem ideológica como os mais ingênuos acreditam. A televisão teve como função, a partir de 64, a operação de acelerar o processo de circulação do capital para viabilizar a forma de acumulação monopolista adotada desde então (SILVA, 1985, p. 27).

Foi também no período de exceção democrática, que as emissoras brasileiras equiparam-se tecnologicamente e serviram de instrumental ideológico. Por meio do veículo, o regime pôde persuadir, impor e difundir seus posicionamentos, além de ser “a forma de manter o *status quo* após o golpe” (MATTOS, 2002, p. 35).

De um lado o Estado favorecia a expansão da televisão, do outro enviava censores às redações dos jornais impressos durante os anos de chumbo. Principalmente após a instituição do AI-5 (1968), muitos jornais chamados “alternativos” tiveram edições inteiras impedidas de circular, antes mesmo da impressão, ou retiradas das bancas. Também não foram poucos os atentados sofridos pelas redações de jornais como o *Pasquim* e o *Opinião*.

No ano de 1969 a Globo coloca no ar o primeiro telejornal em rede para todo o Brasil, o *Jornal Nacional*. Repetindo a história, assim como o caráter oficial marcou a inauguração do *Imagens do Dia*, o *Jornal Nacional* exibiu na estréia, uma matéria com a entrevista do então ministro da Fazenda, Delfin Neto, depois de uma reunião da Junta Militar.

Por causa da censura, o telejornalismo nacional de diferentes emissoras, acabou pulverizado de notícias internacionais. As informações locais, em sua maioria, eram superficiais e sem críticas à repressão. Sob qualquer suspeita de uma reportagem que desagradasse aos militares, medidas punitivas e até mesmo a suspensão de programas foram aplicadas às redes, principalmente durante o governo de Emílio Garrastazu Médici (1969-1974). É dele, segundo Mattos (2002), a declaração de que enquanto em várias partes do mundo, havia greves, atentados e conflitos, “o Brasil marchava em paz, rumo ao desenvolvimento”.

O AI-5 foi revogado em janeiro de 1979 pelo então presidente Ernesto Geisel. A partir da abertura democrática que se iniciou com a anistia, a censura ditatorial deixou de recair sobre as publicações jornalísticas; no entanto, as emissoras de tevê e rádio se concentraram nas mãos de políticos. Só no governo de José Sarney, de 1985 a 1990, foram outorgadas 90 concessões de emissoras de televisão.

A transição determinou mudanças de concepção jornalística na cobertura de muitos eventos, sobretudo os políticos, como o movimento pelas *Diretas Já*, impossível de ser imaginado sem sua exposição na mídia. Mas é importante notar que, no esteio dos militares que muito se beneficiaram da televisão, os governos da Nova República não economizaram em *marketing* pessoal e persuasivo na conquista pela audiência do eleitorado.

A radiodifusão é considerada um serviço público sobre o qual o governo exerce controle desde 1922.[...] Através de suas agências regulamentadoras e da legislação existente, o estado tem exercido não apenas um controle direto sobre a mídia eletrônica, como também a tem utilizado para sua legitimação e difusão de sua ideologia (MATTOS, 1996).

Estudiosos de mídia revelam que o primeiro candidato à presidência de um país, a se beneficiar da exposição pela TV, foi John Kennedy, em 1960, no também primeiro debate televisionado. Kennedy, “o homem da imagem” enfrentou Richard Nixon, o “homem prático”. E nas urnas, venceu aquele que era bom de televisão.

Um outro exemplo para citar que discurso de poder e televisão estão sintonizados no mesmo canal, foi a eleição do então candidato à presidência do Brasil, Fernando Collor de Mello, em 1989. Depois do último debate com seu adversário, o candidato Luis Inácio Lula da Silva, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, exibiu às vésperas do pleito, uma edição

considerada tendenciosa. 17 anos depois, o caso é referência de manipulação editorial para as turmas de estudantes de jornalismo.

Também foi a tv que transmitiu, ao vivo, a votação pelo *impeachment* do presidente Collor, acusado de corrupção. Não sem antes a imprensa exibir uma longa série de denúncias. Foram necessárias outras três eleições para que Lula, candidato metalúrgico do Partido dos Trabalhadores, subisse a rampa do planalto como primeiro governante de origem popular a receber a faixa presidencial, em 2003.

Hoje, a memória coletiva até já se esqueceu dos escândalos da gestão política do “caçador de marajás”, depois de tantas denúncias de corrupção no governo Lula. Talvez a Imprensa não diga, agora, que sua imagem esteja ainda tão popular.

Intenções e discursos da Imprensa

A questão aqui proposta é demonstrar como a Imprensa assume os discursos de um *aparelho ideológico* dominante, silenciando opiniões dominadas. Uma das hipóteses científicas que estuda como diferentes veículos de informação abordam o mesmo tema é a *agenda setting*. O agendamento se refere a um direcionamento intencional, provocado pela força da exposição contínua de um tema na mídia. A asserção fundamental da *agenda setting*, é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa. Logo, os discursos jornalísticos determinam sobre *o quê* o público receptor de informações deve pensar.

Mas e *como* pensar tal assunto? Este já é o campo de estudos de uma outra hipótese, a *espiral do silêncio*. Por meio dela, os veículos de comunicação garantem maior visibilidade à opinião dominante, apagando posicionamentos que sejam contraditórios. Isto se dá tanto pela linha editorial adotada no tratamento de uma notícia, quanto na seleção das fontes “oficiais” que atribuem credibilidade à informação.

Uma das condições para produzir a espiral do silêncio, é a abordagem homogênea dos mesmos fatos, pelos distintos veículos. “Os meios de comunicação de massa, onde a massa não se comunica, através de seu meio, são, sem dúvida, bastante eficientes na criação de códigos totalizantes e de dominação” (CZERMAK e SILVA, 2004, p. 50). E a Imprensa tem, portanto, seus códigos de dominação no viés de seu discurso.

O termo “discurso” que aqui interessa explicitar, pode ser subtraído de Foucault (2003), quando demonstra o quanto o discurso é orientado e regido por normas e, fundamentalmente, assumido num interdiscurso.

O discurso não adquire sentido a não ser no interior de um universo de outros discursos, através do qual ele deve abrir um caminho. Para interpretar o menor enunciado, é preciso colocá-lo em relação com todos os tipos de outros, que se comentam, parodiam citam. [...] O próprio fato de situar um discurso em um gênero (a conferência, o jornal televisado...) implica que ele é colocado em relação ao conjunto ilimitado de outros (CHARAUDEAU e MAINGUENAU, 2004, p. 172).

Como prática capitalista e, portanto, discursivamente interessada neste fim, a atividade de Imprensa está ligada aos grupos economicamente ativos, logo, classes dominantes. No Brasil, uma comunicação de massa comunitária ou pública ainda tem pouca representatividade frente aos conglomerados tecnológicos que monopolizam a produção e a divulgação da informação de alcance nacional. Estes monopólios da comunicação estão, em sua maioria, relacionados ao poder - quer seja político, religioso ou econômico.

Mesmo constando em muitos manuais de jornalismo que a população tem maior interesse pelos acontecimentos mais próximos a ela, a televisão aberta passa por um processo de nacionalização, em detrimento da regionalização. [...] A proposta de produzir programas voltados para a análise do cotidiano popular, ou seja, discutir a realidade em que as pessoas vivem, como suas dificuldades e vitórias, contraria as tendências especulativas das mídias, principalmente no que diz respeito ao sensacionalismo (RONSINI, 2003, p. 168).

Nesta análise, propõe-se reiterar o posicionamento de Foucault (2003), quando menciona que a produção da informação e, conseqüentemente difusão do conhecimento, incentiva o sujeito para a construção dos sentidos sempre relacionados à “ordem do discurso” vigente.

Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 2003, p. 9).

Evitando a visão simplista ou maniqueísta de que a televisão é o monstro das comunicações, faz-se importante pontuar que em todos os registros jornalísticos de qualquer meio, o repórter ou editor podem controlar o foco reportado, seus personagens, o tempo dedicado à matéria (quer seja em minutos ou em número de páginas), o entorno ou cenário do acontecimento e, conseqüentemente, o seu discurso. As teorias sociológicas que apontam o jornalismo como fator de “construção da realidade”, são baseadas em marcas discursivas.

Por isso será relevante a análise da construção da coerência referencial no discurso jornalístico, produzindo uma verossimilhança que satisfaça as pretensões de informação e da sua credibilidade, elas próprias suportadas numa coesão interna dos processos de descrever e de narrar (PONTE, 2005, p. 47).

A cobertura midiática do real, muitas vezes transforma a vida pública ou a política num grande *fait-diver* espetacularizado. Exemplo recente na história da política brasileira foram as denúncias de pagamento de um “mensalão” aos parlamentares do governo Lula. Primeira página dos principais jornais, impressos ou eletrônicos; matérias especiais em revistas semanais; coberturas diárias nos rádios e telejornais; e transmissões ao vivo de depoimentos no planalto central. Com formatos diferentes, o assunto recheou a agenda da Imprensa.

Mesmo que, aparentemente, o fato de denunciar corrupções políticas possa atribuir à Imprensa o caráter de objetividade e independência jornalísticas, o que se procura demonstrar com este artigo, é que o discurso está orientado por uma ordem de convencimento vertical. Se o Estado não mais impõe, pela força, suas convenções ideológicas, hoje é a Imprensa que se investe deste poder de autoridade atribuído ao “lugar” de quem fala.

Como exemplo discursivo na propagação de intencionalidades, funcionando como um aparelho ideológico, este estudo analisa trechos da reportagem de capa da revista *Veja* de número 1952, de 19 de abril de 2006.

Capa:

O BANDO DOS 40. A denúncia do procurador-geral não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto da “organização criminosa que tinha como objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT”.

A reportagem faz alusão à lenda de Ali Babá e os 40 ladrões tanto no título da capa como no interior da revista. Ao recortar uma declaração do procurador-geral, colocando entre aspas (citação jornalística, discurso referencial) a expressão “organização criminosa”, há uma clara tomada de posições no sentido de configurar nominalmente o presidente da república como chefe desta organização criminosa. Isto, apesar do nome do presidente não ter sido citado no relatório da procuradoria. Em outras palavras, a reportagem chama de “ladrão”, o mandatário do país – eleito legitimamente pelo voto.

Título 1- Interior:

O SUJEITO OCULTO. O nome de Lula não aparece no texto da devastadora denúncia do procurador-geral, mas as peças do esquema, juntas, formam a imagem do maior beneficiário de tudo: o presidente.

Aqui a reportagem assume que o nome de Lula não aparece na denúncia do procurador, mas imbuído do poder de traduzir documentos tão complexos e informar ao público, o jornalista, por meio de seu discurso, exerce uma espécie de controle social quando ele mesmo investiga e une as peças do esquema, nomeando (mais uma vez) o principal beneficiário do “roubo”.

Foto:

Lula pode escolher que figurino quer vestir: o de presidente inepto ou o de patrono da quadrilha.

Até na legenda fotográfica não há alternativas. Lembrando as hipóteses de agendamento e da espiral do silêncio, o leitor encontra definidas as opiniões que deve ter

sobre o tema. A opinião dominada, ou seja, algum posicionamento a favor da figura do presidente ou de seu governo, simplesmente desaparece da notícia.

Título 2 – Interior:

TODOS OS HOMENS DO PRESIDENTE. São 40 os ladrões de dinheiro público, encastelados no governo do PT e denunciados pelo procurador-geral. Isso deixa Lula em uma situação pior que a de Collor.

Novamente uma alusão à lenda dos ladrões do oriente (que escondiam numa gruta todo o dinheiro e jóias que saqueavam nas aldeias), só que desta vez, com um ingrediente a mais. A reportagem de *Veja* faz a aproximação entre as denúncias contra a administração do PT e um dos maiores escândalos políticos do governo americano nos anos 70. “Todos os homens do presidente” é o título do livro (que virou filme em 1976) sobre o caso *Watergate*. Dois jornalistas do *Washington Post* ficaram conhecidos no mundo todo por suas investigações acerca da corrupção no governo de Richard Nixon. Desmascarado pelas reportagens, Nixon renunciou ao cargo de presidente dos Estados Unidos.

O título da reportagem sugere que *Veja* chama para si as honras de uma investigação jornalística capaz de desvelar o escândalo, tal qual nos EUA, e coloca o presidente da república numa situação pior que a do seu antigo adversário político, também denunciado por corrupção.

A análise de discurso proposta por este trabalho leva em conta o contexto à volta do que efetivamente é enunciado; por isso, chega-se à hipótese de que não restaria ao presidente Lula outra coisa a fazer, senão seguir os passos de Collor que renunciou frente à abertura do processo de *impeachment* e também de Nixon, que deixou o posto mais cobiçado da América após as denúncias contra seu governo.

No interior do texto, a sugestão à renúncia, está no efeito de sentido que se observa na seguinte frase:

“um cenário aterrador, diante do qual as traficâncias de Fernando Collor e seu tesoureiro PC Farias parecem trapalhadas de principiantes”.

Analisar em profundidade toda a reportagem de oito páginas tornaria muito extenso este *paper*, mas é interessante mencionar que o teor discursivo apela reiteradas vezes para o conceito de “bandagem” incorporado pelo senso comum. Isto se pode depreender dos termos encontrados no correr da matéria :

“a quadrilha do PT” / “o bando dos 40” / “sofisticada organização criminosa” / “chefe do organograma delituoso” / “chefe da quadrilha” ...

Ou ainda, conforme Charaudeau *apud* Ponte (2005, p.116) sugere-se apreciar a narrativa jornalística em diferentes linhas de interpretação lingüístico-discursivas, de acordo com “as *escolhas* das palavras, como categorias semânticas e o seu *uso* como portadoras de valor social, de imaginários e de ideologias”. Tais exemplos axiológicos podem ser observados em:

“um presidente apalermado” / “a maior quadrilha jamais montada com o objetivo de garantir a continuidade no poder” / “libelo demolidor” / “necropsia do PT” / “esquema de corrupção de proporções amazônicas” ...

Algumas considerações

Quando falamos ou escrevemos, queremos influenciar o outro e, ainda que de forma não explícita, esperamos alguma manifestação de nosso interlocutor, seja com a aquiescência ao que foi dito, seja com a discordância das idéias que defendemos, seja com a aquisição de um saber que o interlocutor ainda não possuía.
Elizabeth R. da Silva

“As idéias de que as notícias de jornal ‘retratam a realidade’ não faz sentido”. Esta frase é a primeira na introdução do livro *Poder no Jornalismo* (2003), da pesquisadora dra. da ECA-USP, Mayra R. Gomes. A autora expõe o pensamento de Foucault, Deleuze e Guattari, para reiterar que as notícias procedem por redundância ao nos dizerem sobre o que devemos pensar. Este é o conceito primaz que se tentou vislumbrar com as

considerações deste artigo. Se as práticas jornalísticas procuram dar visibilidade a determinados temas, “ora, trazer à visibilidade [...] é simplesmente mostrar o mundo do ponto em que ele deve ser visto e esse ponto, por si mesmo, já é disciplinar: a educação da visão pela determinação do visível” (GOMES, 2003, p. 75).

Deste modo, acredita-se que o discurso da Imprensa exerça um controle social - prática comumente condenada pela própria mídia ao referir-se aos Estados autoritários. Ao analisar discursivamente um texto jornalístico, são avaliadas as condições de produção deste discurso, o que inclui todo o processo comunicacional, ou seja, produção, difusão e consumo da informação.

A Imprensa promove seus eventos como um rito social por meio do qual estabelece convenções, dita normas, impõe valores. O recorte empírico aqui estudado é um sinal de campo fértil para os interessados em deslindar o discurso jornalístico em todos os veículos. Assim, debruçar-se sobre esta prática com o olhar analítico sobre os efeitos de sentido propostos pelos meios de comunicação, é contribuir para a formação de co-enunciadores mais críticos. Talvez estudos como este possam fomentar o nascimento de uma população de consumidores de informação menos *silenciada*.

A especificidade da análise de discurso está no fato de que o objeto por ela estudado, não é apenas lingüístico, mas sim, sócio - histórico. Por isso, é importante entender o processo em que se dá a produção de uma notícia, não como um *retrato* da realidade, mas como a própria *construção* do real – este mesmo real que se materializará na memória coletiva.

Aprendemos a ser o que somos por meio das regras e convenções subjacentes aos discursos que dominamos [...] as quais não podemos ignorar e que só podemos alterar em situações de mudança social, mesmo que pensemos ser os senhores absolutos de nosso próprio arbítrio. [...] Entramos nesse mundo de aparências, no mundo do *ideológico* e do *poder*, que é o mundo da linguagem, e no qual estamos condenados a “viver” (PINTO, 1999, p.40).

Referências bibliográficas

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de Estado*. 9.ed. São Paulo: Graal, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- CZERMAK, Rejane; SILVA, Rosane Azevedo Neves da. Comunicação e produção da subjetividade. IN: GUARESCHI, Pedrinho A. (org.). *Comunicação e controle social*. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 9.ed. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 2003.
- GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no Jornalismo*. São Paulo: Hacker - Edusp, 2003.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira*. Uma visão econômica, social e política. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MATTOS, Sérgio. *O controle dos meios de comunicação: a história da censura no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 1996. Disponível em <http://www.sergiomattos.com.br/liv_controle06.html> Acesso em 21 de julho de 2005.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker, 1999.
- PONTE, Cristina. *Para entender as notícias*. Linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil*. Um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.
- RONSINI, Veneza V. Mayora. Reflexões sobre o jornalismo na tv pública. IN. *Comunicação e cultura midiática*. Coletânea de Comunicação. SILVEIRA, Ada Cristina Machado et al. Santa Maria: UFSM, 2003.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do jardim botânico*. Um estudo sobre a audiência do jornal nacional da Globo entre os trabalhadores. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVA, Elizabeth Ramos da. *O ponto de partida da argumentação*. O desenvolvimento do senso crítico. Taubaté: Cabral, 2000.
- SOBRINHO, José Bonifácio de Oliveira. *50 anos de TV no Brasil*. São Paulo: Globo, 2000.