



A polêmica do gás boliviano no governo Evo Morales, nas páginas das revistas *Época* e *Carta Capital*¹

Ana Cláudia THEME²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O estudo investigou a atuação dos meios de comunicação brasileiros, notadamente as revistas *Época* e *Carta Capital*, em um momento singular da conjuntura latino-americana: no início do século XXI, diversos países elegeram governantes com propostas críticas ao modelo neoliberal hegemônico na região. O foco deste trabalho é a nacionalização do gás e do petróleo bolivianos, anunciada pelo presidente Evo Morales, em 2006. A medida, de forte impacto regional, foi escolhida como ponto de partida para uma análise comparativa do noticiário das revistas, buscando evidenciar contrastes e aspectos em comum de suas versões sobre os fatos, das representações acerca da Bolívia e de Morales, bem como dos assuntos e personagens inscritos naquele contexto. Foram pesquisadas as edições de *Época* e *Carta Capital* publicadas entre maio e julho de 2006.

Palavras-chave

Bolívia; Evo Morales; revistas brasileiras; mídia e política; neoliberalismo.

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - atheme@gmail.com



A política mediada

Na atualidade, as transformações ocorridas mundialmente fortaleceram os meios de comunicação como atores políticos ao atuarem, simultaneamente, como esfera mediadora do debate público e como importantes fontes de informação e produção de versões sobre a realidade. Ao desempenharem tais papéis, promovem o agendamento de temas sob diferentes enquadramentos, que variam, em geral, de acordo com a linha editorial de cada veículo.

A mídia surge, então, como mediadora de um novo tipo de visibilidade da vida pública, no qual exerce influência sobre a imagem de governantes e lideranças políticas, com um duplo papel: o de indústria cultural e o de difusora de ideologia. É nesta perspectiva que se inscreve o tema deste estudo: a cobertura jornalística na construção da imagem do boliviano Evo Morales (primeiro presidente indígena do país mais pobre da região e oriundo do segmento populacional majoritário, porém tradicionalmente excluído das decisões políticas), bem como de seu país e de seu governo.

Eleito em 2005 pelo Movimento ao Socialismo - MAS, com quase 54% dos votos -a mais expressiva consagração já obtida nas urnas bolivianas-, o novo dirigente e ex-liderança sindicalista do setor cocaleiro, descendente da etnia aymara, assumiu em meio a grande expectativa popular e no centro de uma conjuntura histórica particular na América do Sul.

Da Venezuela à Argentina, da Bolívia ao Brasil, do Paraguai ao Uruguai e, sob formas diversas, em toda a parte, nos movimentos de contestação e de resistência, o tema da construção da democracia foi arrancado das ideologias passadas do socialismo ortodoxo, assim como foi retirado das embaixadas norte-americanas.³

Após as três décadas anteriores marcadas por penosas ditaduras militares, a maioria dos países da região vivia sob o neoliberalismo preconizado pelas nações centrais, especialmente nos anos 1990, reforçado pelo contexto de crise das ideologias clássicas.

A queda do muro de Berlim, a massacrante vitória “ocidental” na Guerra do Golfo e o melancólico fim da União Soviética criaram, no início dos anos 90, uma sensação generalizada e apoteótica de que o

³ COCCO, G. e NEGRI, A. *Global – Biopoder e luta em uma América Latina globalizada*, 2005: 196-197.



liberalismo econômico e político havia vencido definitivamente a luta contra o nacionalismo e o socialismo.⁴

As recomendações de privatização de órgãos públicos, desregulamentação do mercado financeiro, liberalização da economia e redução do Estado foram aplicadas com afinco pelos governos latino-americanos. Os efeitos perversos não tardaram a surgir: o agravamento do desemprego e da perda de direitos trabalhistas, a concentração de renda e o enfraquecimento do papel do Estado na promoção de políticas sociais e previdenciárias aprofundaram as desigualdades existentes.

É no interior deste complexo contexto que surgem, às vésperas da virada para o século XXI, diversas lideranças latino-americanas com propostas contra-hegemônicas⁵, em maior ou menor grau, voltadas para transformações estruturais econômicas, sociais e políticas. Ao expressarem o descontentamento com as políticas e os rumos adotados pelas elites dirigentes de seus países, estes líderes amplificam as reações que já se faziam sentir por meio de mobilizações populares e protestos.

Por todo o continente, eagem-se em pleitos democráticos em seus países e despontam como símbolos de uma América Latina que se pretende pós-neoliberal: Hugo Chávez na Venezuela (1998), Luiz Inácio Lula da Silva no Brasil (2002), Nestor e Cristina Kirchner na Argentina (2003 e 2007), Tabaré Vázquez no Uruguai (2004), Evo Morales na Bolívia (2005), Michelle Bachelet no Chile (2005), Rafael Correa no Equador (2006), Daniel Ortega na Nicarágua (2006) e Fernando Lugo no Paraguai (2008).

O surgimento em bloco destes governantes produz impactos sobre a configuração geopolítica e o reordenamento de forças na região, notadamente na América do Sul, inaugurando um inédito cenário de crise da hegemonia neoliberal, com a emergência de outros atores políticos.⁶ Embora com matizes variados, os recém-empossados presidentes propõem o rompimento com a noção de mercado como

⁴ FIORI, J.L. *60 lições dos 90 – uma década de neoliberalismo*, 2001: 22.

⁵ Sobre o conceito de hegemonia no pensamento de Gramsci, ver COUTINHO, C.N. *Gramsci. Um estudo sobre seu pensamento político*, 1999 e COUTINHO, C.N. *Ler Gramsci, entender a realidade*, 2003. Conferir também <http://www.acesa.com/gramsci/>

⁶ Sarti, I. *A nova agenda democrática na América do Sul*, 2007.



instância balizadora superior e a recuperação da centralidade do Estado nas políticas sociais e econômicas.⁷

No entanto, à medida que suas resoluções são implementadas, passam a enfrentar resistências sistemáticas por parte dos setores tradicionalmente beneficiados pela estrutura de poder até então dominante e pelas relações sociais que lhe dão sustentação.

A extensa produção midiática que registrou versões acerca de tais acontecimentos constitui um importante espaço de observação desse panorama, além de configurar, em si, um campo de acirrada disputa simbólica. Emblemática é uma das primeiras iniciativas de Evo Morales - a nacionalização do petróleo e do gás -, foco desta pesquisa, que buscou investigar a atuação dos meios de comunicação de massa brasileiros na construção de representações acerca do presidente boliviano, bem como dos personagens e temas do cenário político sul-americano, naquele momento.

A cobertura jornalística sobre as mudanças políticas

No dia primeiro de maio de 2006, o presidente da Bolívia, Evo Morales, anunciou a nacionalização da exploração do gás e do petróleo no país. Por decreto, estabeleceu que o estado recuperava o controle daqueles recursos, para posteriormente negociar sua comercialização com as empresas estrangeiras em atividade no país. A decisão foi seguida pela ocupação militar de instalações industriais internacionais que lá operam —entre elas, a Petrobras. Presente na Bolívia desde 1996, a empresa investira cerca de um bilhão de dólares naquele país, onde se localiza atualmente a maior parte das reservas de gás da Petrobras no exterior.

O decreto de Evo Morales gerou grande repercussão no Brasil e a imprensa passou a dedicar amplos espaços à cobertura de seus desdobramentos: análises acerca da política externa do governo Lula, das relações entre os países sul-americanos e suas implicações políticas e econômicas. Estes assuntos mobilizaram a mídia que, como representante de um dos grupos de poder, produziu um conjunto de sentidos condizente

⁷ Para uma análise em profundidade dos vários matizes nos modelos de renovação da política sul-americana, ver Sader, E. *A nova toupeira. Os caminhos da esquerda latino-americana*, 2009.



com as análises de Canclini⁸, para quem os meios de comunicação de massa são mediadores e produtores de cultura.

No mundo atual, a informação converteu-se em mercadoria, ativo financeiro que movimentava cifras milionárias num mercado global. A imprensa não é desprovida de interesses ou imune a influências, embora se apresente ao público blindada por conceitos como interesse público e neutralidade.⁹ Como a relação dominante é a comercial, a informação transita e é produzida de acordo com seus imperativos e prioridades, e não segundo a lógica própria dos meios de comunicação.

A busca de lucros, baseada na relação publicitária, é que determina a circulação de informação de massa. Passou-se do estágio em que a empresa jornalística vendia informação ao seu público ao que a corporação de mídia vende seus consumidores aos anunciantes.¹⁰

O mercado brasileiro de revistas semanais de informação apresenta, nos dias de hoje, quatro publicações principais: *Veja*, *Época*, *Isto É* e *Carta Capital*. As três primeiras vinculam-se a grandes grupos editoriais e representam, em seu segmento, o discurso jornalístico e as visões de mundo da chamada grande mídia, que no caso da cobertura sobre a Bolívia revelou uma uníssona homogeneidade –rompida apenas por *Carta Capital*, percepção que motivou a escolha das publicações neste estudo.

A exemplo de outras revistas semanais brasileiras, *Época* e *Carta Capital* dirigem-se a leitores que buscam informações mais detalhadas sobre os fatos noticiados durante a semana em jornais, rádio, TV e internet. Ambas estabeleceram-se, junto a segmentos do público, como atores sociais independentes, comprometidos com uma suposta versão fidedigna dos acontecimentos, o que conferiria credibilidade aos seus relatos.

Época é uma das 24 revistas ligadas às Organizações Globo, maior conglomerado de comunicação do Brasil, e foi criada em 1998 para competir com *Veja* –líder entre os semanários, com mais de um milhão de exemplares, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC). Após dez anos, *Época* consolidou-se na vice-liderança deste mercado, com cerca de 418 mil exemplares vendidos por semana.

⁸ CANCLINI, N. *Culturas híbridas – estratégias para entrar y salir de la modernidad*, 1990.

⁹ A literatura é vasta, entre outros, CHOMSKY & HERMAN, 2002; LATTMAN-WELTMAN, F., 1994; KUCINSKI, B., 1998; LIMA, V.A. de, 2006.

¹⁰ MORAES, D. *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*, 2005.



Publicada pela Editora Confiança desde 1994, a revista Carta Capital foi criada por Mino Carta, nome tradicional no meio jornalístico brasileiro e fundador de Veja, com experiência nas maiores redações do país. De acordo com o IVC, a publicação circula semanalmente com uma média de 33 mil exemplares.

Contrapondo-se à ideia de *mídia poderosa*, Carta Capital investe numa estratégia jornalística e mercadológica baseada na noção de imprensa alternativa, no sentido de ser constituída por veículos capazes de –igualmente comprometidos com a verdade factual– oferecer interpretações diversas daquelas elaboradas pela chamada grande imprensa. Ao questioná-las, tais veículos dirigem-se a determinados segmentos do público leitor, não contemplados pelo discurso jornalístico preponderante.

A pesquisa envolveu análise quantitativa e qualitativa de matérias, editoriais, fotos e legendas das revistas, no período que concentra a maior parte do material publicado: entre 1º de maio e 31 de julho de 2006, totalizando 14 edições de *Época* e 13 edições de Carta Capital. O material foi distribuído segundo categorias temáticas e avaliado em seus aspectos descritivos e interpretativos, visando a comparar a cobertura sobre os mesmos eventos; explicações; enquadramentos; ênfases; ausências e presenças.

A análise comparativa de *Época* e Carta Capital

a) O mapeamento do noticiário

Ambas as revistas *decidiram* noticiar com destaque os desdobramentos da crise instalada a partir da nacionalização boliviana. No período considerado, 14 edições de *Época* chegaram às bancas e, em dez delas (71,4%), houve citações à questão do gás da Bolívia¹¹. Por sua vez, Carta Capital lançou 13 edições, sendo que 11 delas (84,6%) faziam referência ao assunto.

A visibilidade conferida pelas revistas à crise com a Bolívia ilustra uma das formas mais evidentes da influência dos meios de comunicação na esfera política: a definição de agenda, o conjunto de temas percebidos como relevantes ao debate público. Os assuntos agendados pela imprensa tendem a ser percebidos pelo público como os

¹¹ Considera-se, neste estudo, citação ou inserção como menção textual à temática pesquisada, independentemente do espaço ocupado ou formato editorial. Trata-se, assim, de verificar a frequência com que os assuntos estiveram presentes nas revistas, entre maio e julho de 2006.



mais importantes e mobilizam tanto os cidadãos quanto os líderes políticos e as autoridades públicas, instados a fornecer respostas às questões levantadas.¹²

As duas publicações geraram o mesmo quantitativo de inserções: 39. Entretanto, adotaram estratégias diferentes de edição e destaque gráfico –e, portanto, de visibilidade e importância. O maior ou menor destaque conferido a determinada notícia reflete o grau de valorização atribuído pelo veículo jornalístico, especialmente quanto às seções consideradas “nobres”, percepção compartilhada com leitores e anunciantes.

	Época	Carta Capital
Capa	0	1
Chamada capa	1	2
Págs de matéria	15	25
Chamada índice	3	4
Cartas Leitores	10	3
Chamada site	2	0
Artigo	3	4
Nota	4	0
Suplemento Publicitário	1	0
Total	39	39

Carta Capital dedicou uma capa inteira aos acontecimentos na Bolívia. Destinou o dobro de chamadas de capa e dez páginas a mais, em relação à *Época*. Esta, além das 15 páginas para a polêmica, destacou-a na seção de cartas e em chamadas para o *site* da revista. As notas¹³ em *Época* -inexistentes em Carta Capital - reforçam o fato de que esta reservou espaços maiores e mais valorizados.

O núcleo temático predominante no noticiário das revistas foi constituído pelos assuntos: *Petrobras, política externa brasileira, identidade indígena, ascensão das esquerdas latino-americanas, Hugo Chávez e modelo energético brasileiro*, somando 75 citações, ou 57,2% do total. Em torno destes temas, organizaram-se sentidos e representações acerca do mundo social e político, em um movimento no qual *a informação estimula a imaginação social e os imaginários estimulam a informação, contaminando-se uns aos outros*.¹⁴

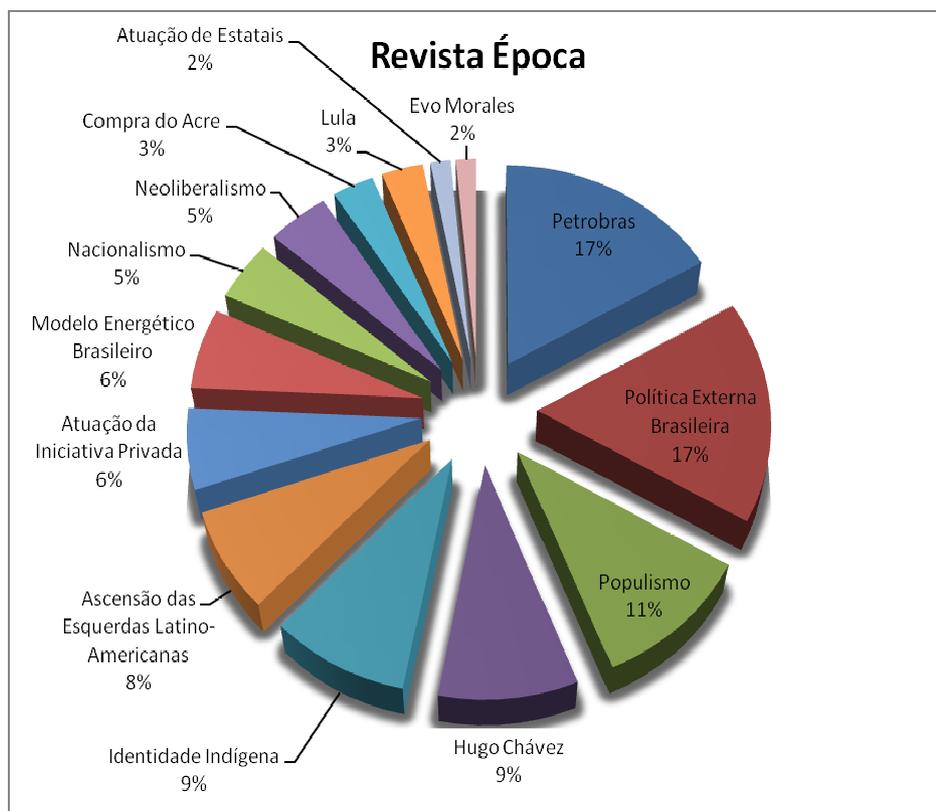
¹² McCOMBS & SHAW. *The agenda setting function of mass media*, 1972.

¹³ Trata-se da menor e menos relevante modalidade de cobertura no noticiário geral. A exceção cabe às notas publicadas em colunas, como a de Anselmo Góis, no jornal O Globo.

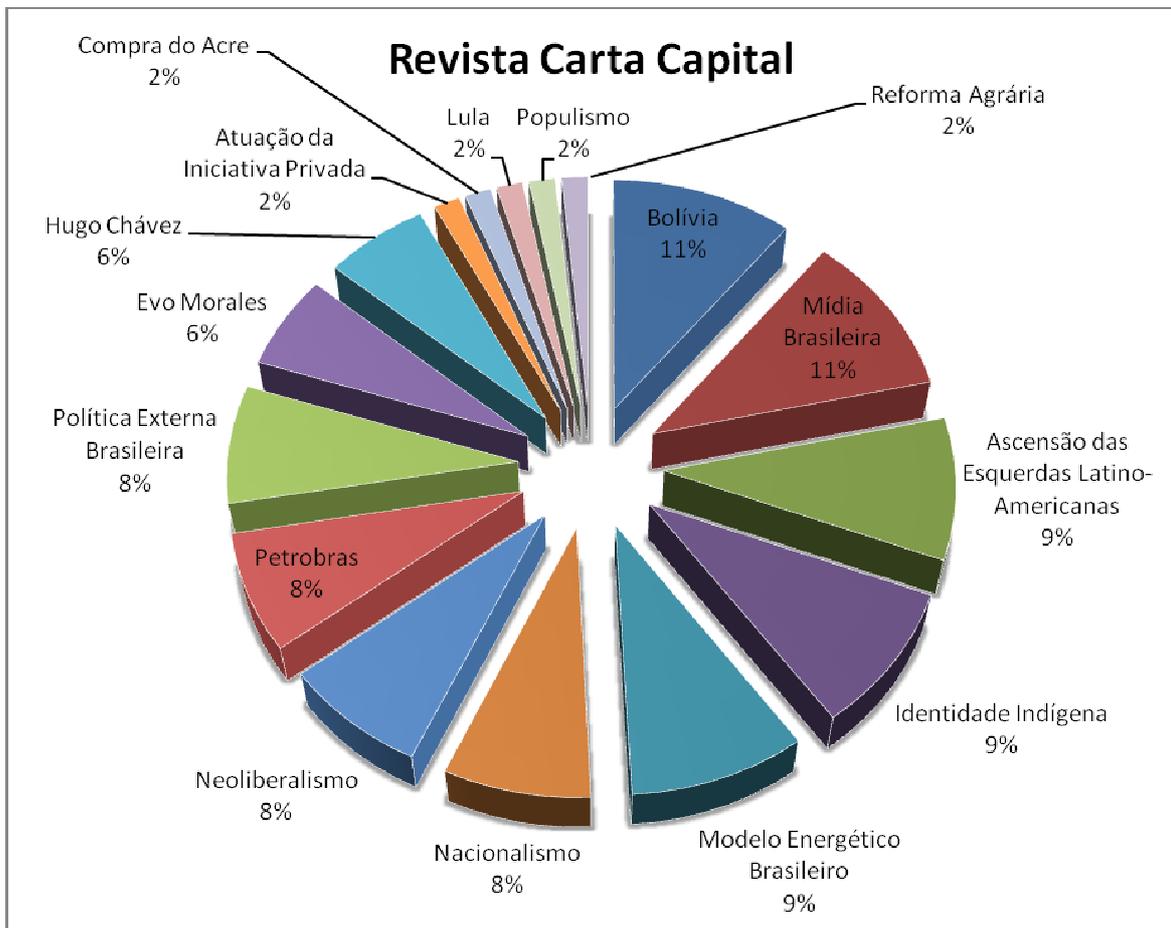
¹⁴ BACZKO, B. *Imaginação social*, 1985.

Cabe destacar ainda os assuntos de interesse exclusivo de cada revista. Somente Carta Capital abordou *perfil sócio-político da Bolívia; mídia brasileira; e reforma agrária na Bolívia*. Já em *Época*, o único tema exclusivo foi *atuação de estatais*.

Na revista *Época*, cinco temas –*Petrobras, política externa brasileira, populismo, Hugo Chávez e identidade indígena*– ocuparam 63% das notícias sobre a crise com a Bolívia. Conforme o gráfico abaixo, a distribuição do noticiário foi mais heterogênea (“fatias” de tamanhos acentuadamente diferentes), com predomínio de um número reduzido de temas.



Em Carta Capital, os cinco assuntos principais foram *Bolívia, mídia brasileira, ascensão das esquerdas, identidade indígena e modelo energético brasileiro*, presentes em 49% do noticiário pesquisado. Tal dimensionamento parece ter contribuído para promover uma distribuição temática mais variada e homogênea, representada não só pela quantidade superior de “fatias”, mas principalmente por sua divisão mais proporcional. Comparados os seus cinco assuntos predominantes, *Época* e Carta Capital possuíram, em comum, apenas *identidade indígena*.



b) As páginas da crise: a interpretação comparada das revistas

A comparação do noticiário de *Época* e *Carta Capital* foi realizada semana a semana e permitiu constatar sob quais aspectos houve contrastes e semelhanças mais evidentes, entre as publicações.

O primeiro aspecto refere-se à nacionalização do gás boliviano. A revista *Época* noticiou a medida por meio de um questionamento: “Por que essa bofetada em nós?” (edição 416, 08/05/2006). Na mesma semana, a interpretação de *Carta Capital* foi bem diferente: “Uma ousadia de sucesso” (edição 392, 10/05/2006). O número seguinte de *Época* veiculou uma percepção depreciativa da Bolívia e de seu governante, estendendo as críticas à política externa do governo Lula, com um trocadilho: “Um país sem energia? Ainda sem reação à bravata da pequena Bolívia” (edição 417, 15/05/2006).



Outro ponto relevante foi a contraposição simbólica realizada pela revista *Época* entre dois personagens centrais da polêmica: Evo Morales e o empresário Eike Batista, cuja mineradora EBX havia sido expulsa da Bolívia dias antes do anúncio da nacionalização do gás.

A publicação das Organizações Globo retratou o presidente boliviano como um dirigente manipulável por Hugo Chávez, dotado de concepções políticas anacrônicas e associado a noções como atraso e primitivismo. O empresário Eike Batista, ao contrário, personificou a modernidade, o arrojo e a eficiência do capitalismo do século XXI. Já nas páginas de *Carta Capital*, Evo Morales foi retratado como político ousado e consequente, que cumpriu promessas de campanha e *optou* pelo modelo chavista.

A atuação dos movimentos sociais bolivianos também foi noticiada de forma contrastante. O que *Carta Capital* qualificou como “um país mobilizado” (edição 391, 03/05/2006), a revista *Época* considerou “Uma reação ufanista pela nacionalização” (edição 415, 01/05/2006). O mesmo ocorreu em relação ao *significado* da nacionalização: *Época* interpretou-a como “Um retrocesso latino” (edição 416, 08/05/2006), enquanto para *Carta Capital* tratou-se de “Uma reversão da hegemonia neoliberal no continente” (edição 392, 10/05/2006).

O tema da ascensão das esquerdas também ensejou noticiários acentuadamente distintos. “O continente engolfado pelo populismo”, retratado em *Época* (edição 415, 01/05/2006), é o mesmo apresentado por *Carta Capital*: “A América Latina busca saídas pela esquerda” (edição 396, 07/06/2006). A revista noticia o que seria a “Regra da ascensão das esquerdas na maior parte da região”, enquanto *Época* retrata o mesmo fenômeno, marcado por atributos de transitoriedade: uma “Tendência esquerdizante” ou “Uma onda de esquerda” (edição 418, 22/05/2006).

Conclusões

A análise do noticiário possibilitou constatar, portanto, que a polêmica boliviana constituiu um evento capaz de provocar o imediato posicionamento político-ideológico dos semanários,¹⁵ conformando um ambiente de polarização de opiniões, ilustrativo da

¹⁵ Melo argumenta que momentos de grande comoção, como escândalos e processos eleitorais, contribuem para pressionar os meios de comunicação a assumirem suas posições políticas mais claramente, indo ao encontro das expectativas de seu público consumidor. MELO, J.M. *A opinião no jornalismo brasileiro*, 1992.



complexidade das relações entre o campo político e o campo jornalístico. As páginas de *Época* e *Carta Capital* refletiram as relações de força naquele momento, tanto na sociedade brasileira quanto no interior da imprensa, e configuraram-se como um cenário de disputas e embates.

O estudo evidenciou as estratégias pelas quais as revistas buscaram elaborar suas argumentações, construindo imagens públicas dotadas de características representadas como positivas ou negativas; modulando a intensidade conferida a este ou aquele aspecto das notícias; estabelecendo associações de ideias; articulando imaginários sociais e organizando relações de sentido.

Outra constatação resultante da análise comparada diz respeito ao paradigma ideológico presente no noticiário de ambas as revistas. São os princípios do neoliberalismo que permeiam as seleções, interpretações e explicações engendradas pelas publicações, quer pelo viés da crítica, quer pela via da justificativa.

O eixo temático predominante nas edições estudadas refletiu a conjuntura daquele momento, marcada por elevado grau de consenso mundial acerca do ideário neoliberal. Os discursos produzidos pelos semanários organizaram-se em torno de preceitos como: atuação do Estado; globalização; identidades nacionais; e expansão do capital privado internacional, entre outros.

A análise comparada do noticiário indicou que fatores relacionados a aspectos político-ideológicos podem ter incidido sobre as decisões de cada revista, em relação às formas de condução de sua cobertura. Cada publicação acentuou, minimizou ou silenciou aspectos dos acontecimentos da Bolívia, abriu ou não espaço para opiniões divergentes e atribuiu maior ou menor importância a determinados fatos.

Nesta construção do noticiário, foi emblemático o fato de ambas as revistas terem selecionado, como fontes de informação, especialistas cujos pontos de vista convergiam para as interpretações oferecidas pelos semanários, contribuindo para chancelá-las. Aos leitores, não foi franqueada nenhuma possibilidade de comparar diferentes visões, ou tampouco de conhecer outros ângulos da polêmica, além daqueles eleitos para figurar nas páginas das revistas.

No noticiário da revista *Época*, a repercussão da polêmica boliviana compôs um quadro ameaçador não só à liderança política brasileira na América do Sul, mas principalmente aos preceitos de avanço e desenvolvimento, tais como articulados pelo



paradigma neoliberal hegemônico, e representados pela iniciativa privada, dos quais Eike Batista emergiu como ícone.

À afirmação da racionalidade e da modernidade neoliberais, contrapõem-se as medidas adotadas pelo novo governo boliviano -apresentadas como exemplos de políticas públicas anacrônicas, superadas por uma nova ordem mundial, na qual Evo Morales e os demais dirigentes recém-eleitos não saberiam transitar, por serem inadaptados e presos a conceitos definidos como estatismo e populismo.

Desta forma, o noticiário de *Época* promoveu sua desqualificação e seu esvaziamento político, reforçados pelos discursos acerca da identidade indígena, relacionada a primitivismo e ignorância. É nesta mesma matriz que se inserem as críticas à política externa de Lula: a valorização da integração sul-americana revelar-se-ia pouco vantajosa para o Brasil que, “traído” por governantes de países atrasados, deveria eleger outras prioridades.

A cobertura elaborada por *Carta Capital* seguiu uma linha interpretativa acentuadamente distinta. Em suas páginas, constatou-se o empenho em apresentar a ascensão das esquerdas como um movimento de resistência à hegemonia neoliberal, uma alternativa de abrangência latino-americana. As representações construídas na revista mostraram-se impregnadas por um tom otimista, especialmente dirigido aos acontecimentos na Bolívia.

Os discursos críticos sobre a mídia buscaram configurar *Carta Capital* como uma opção jornalística menos comprometida com os interesses dos poderosos, embora igualmente estruturada em uma empresa de comunicação, sujeita a condicionantes diversos e regida pelos mesmos princípios capitalistas orientados ao lucro. O semanário fez da crítica de mídia um fator de distinção em seu segmento editorial, buscando ressonância nas expectativas de um público leitor interessado em interpretações alternativas àquelas predominantes nos meios de comunicação.

Para *Carta Capital*, as medidas adotadas por Morales vão ao encontro dos anseios de um país espoliado. A ampliação do papel do Estado na esfera econômica e a retomada do controle sobre os recursos naturais foram representadas como elementos de uma ordem política contra-hegemônica, surgida no seio dos movimentos populares, retratados como agentes políticos relevantes. Valorizou-se a identidade indígena articuladamente à sua representatividade política.



À medida que os meios de comunicação de massa afirmam sua centralidade na sociedade brasileira, igualmente se ampliam as questões colocadas para investigação, tais como as confluências existentes entre o campo da comunicação e o campo político; e as formas pelas quais a produção simbólica midiática, associada a inúmeros interesses e condicionantes, franqueia a palavra a determinados grupos, enquanto outros permanecem silenciados -, contemplando apenas parcialmente a diversidade de interpretações e disputas travadas no interior das sociedades.

A busca de maior pluralidade na esfera pública política, portanto, dificilmente prescindirá de esforços e pressões para reduzir as assimetrias no acesso aos espaços de produção e difusão de interpretações, entre os quais se destacam, contemporaneamente, os meios de comunicação.



Referências bibliográficas

BACZKO, B. **Imaginação social**. In Enciclopédia Einaudi, s.1. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

CANCLINI, N. **Culturas híbridas – estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Mexico: Grijalbo, 1990.

CHOMSKY & HERMAN. **Manufacturing Consent – the political economy of the mass media**. Nova York: Pantheon Books, 2002.

COCCO, G. e NEGRI, A. **Global – Biopoder e luta em uma América Latina globalizada**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

COUTINHO, C.N. **Gramsci. Um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1999.

_____. **Ler Gramsci, entender a realidade**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003.

FIORI, J.L. **60 lições dos 90 – uma década de neoliberalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

KUCINSKI, B. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

LATTMAN-WELTMAN, F. **A imprensa faz e desfaz um presidente: o papel da imprensa na ascensão e queda do fenômeno Collor**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LIMA, V.A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

McCOMBS & SHAW. **The agenda setting function of mass media**. Public Opinion Quarterly, n.36, 1972.

MELO, J.M. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1992.



MORAES, D. **Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SADER, E. **A nova toupeira. Os caminhos da esquerda latino-americana**. São Paulo: Boitempo, 2009.

SARTI, I. **A nova agenda democrática na América do Sul**. In: (org). *Ciência, Política e Sociedade. As ciências sociais na América do Sul*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Sulina, 2007.