

ANPOCS - XXIX Encontro Anual

25 a 29 de outubro de 2005, Caxambu, MG

GT 11 – Mídia, política e opinião pública

Texto:

JORNALISMO E DEMOCRACIA: ENFRENTANDO AS ANTINOMIAS

Murilo César Soares

Curso de Comunicação Social,

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - **UNESP**

JORNALISMO E DEMOCRACIA: ENFRENTANDO AS ANTINOMIAS

Murilo César Soares (UNESP)

Retomamos neste trabalho o tema da relação entre a comunicação, em especial o jornalismo, e a democracia, que tem sido objeto de estudos recentes de autores estrangeiros e brasileiros. Trata-se de uma questão mais complexa que a relação da comunicação com a política, porque implica, necessariamente aspectos doutrinários, critérios normativos e valores ligados progresso social. Neste texto, procuraremos examinar alguns trabalhos investigativos sobre as relações entre o jornalismo e a democracia procurando situá-los com relação a duas orientações que aparecem como referências polarizadas. De um lado, discutiremos os autores que se inclinam a ver a comunicação e o jornalismo numa perspectiva que os considera decisivos para a democracia, caracterizando-os como “cães de guarda” dos cidadãos, garantidores da lisura no trato do governo, “os olhos da nação”, o “quarto poder” e, por conseguinte, o verdadeiro fiel da democracia e condição para o exercício da cidadania. Por outro lado, disporremos os analistas e intérpretes críticos que, pelo contrário, vêm a atividade das empresas jornalísticas na política com um conteúdo de classe, o que as leva a ter uma atuação tendenciosa na sociedade, favorecendo posições, pessoas e grupos, construindo representações distorcidas da realidade, o que as torna um instrumento de poder simbólico nas mãos de uma minoria. Vamos preliminarmente apresentar os argumentos mais frequentes dessas duas visões, bem como as reflexões suscitadas por elas para, ao final, desenvolver algumas idéias tentando enfrentar os impasses.

JORNALISMO COMO INSTRUMENTO DA DEMOCRACIA

O verbete “Democracy and the media”, redigido por McGee para a Encyclopedia of Communication and Information, declara que nas sociedades modernas é impossível falar de democracia sem levar em conta o papel desempenhado pelos mídia, especialmente depois do surgimento dos meios eletrônicos, que ampliaram as conexões entre democracia, campanhas políticas, opinião pública e jornalismo. Na mesma direção, caminha o

argumento de McQUAIL (2002), para quem a comunicação de massa se tornou um elemento essencial do processo democrático, ao instaurar uma arena e canal para o amplo debate, tornando candidatos conhecidos, veiculando opiniões e informações diversas. Trata-se de uma opinião bem estabelecida, principalmente no campo acadêmico anglo-saxônico, com base na tradição dos pensadores liberais ingleses e norte-americanos.

O cânone liberal se baseia em três conceitos essenciais: a mídia como “cão de guarda” do público”; como representação pública (o Quarto Poder) e como fonte de informação pública (CURRAN 1996). No que diz respeito ao primeiro, o do “cão de guarda”, afirma-se que só baseando os meios no mercado livre é possível assegurar sua completa independência em relação ao governo, função que seria gravemente afetada por regulações oficiais, que enfraqueceriam a capacidade de investigar e de criticar livremente as autoridades.

Os defensores da idéia de “Quarto Poder”¹, no século 19, argumentavam que os jornais são “eleitos” diariamente pelos leitores, sendo uma instituição representativa que deveria ser aceita como parceira no processo de governança, como um ramo do governo com poder na confecção das leis. No século 20, o argumento foi atenuado e convertido em termos do conceito de soberania do consumidor: a imprensa não é determinada senão pelos seus leitores, de modo que num sistema de mercado procura dar ao leitor o que ele quer, assegurando que os jornais reflitam as visões e valores dos seus compradores. O consumidor figura, nessa abordagem, como o controlador final da imprensa, transformando os jornais em representantes do público, mais do que os interesses políticos organizados. Durante a Guerra Fria, a imprensa soviética aparecia como o contraste monstruoso a este modelo, por ter absorvido totalmente a imprensa no âmbito do Estado, abolindo dessa forma qualquer ponto de vista crítico independente.

O terceiro ponto frisado pelos comentaristas é o papel informativo da mídia, promovendo a racionalidade pública e a auto-determinação coletiva, o que só poderia ser realizado adequadamente num mercado livre, no qual qualquer um está autorizado a publicar suas opiniões e um amplo espectro de informações de fontes mutuamente

¹ Originalmente, Fourth State (o Quarto Estado), a expressão foi cunhada por Edmund Burke, para se referir ao poder político da imprensa na Inglaterra do século 18, ao lado dos três outros “estados”: os Lordes, a Igreja e os Comuns. Em português, usa-se a expressão Quarto Poder, em analogia três poderes da República (Legislativo, Executivo e Judiciário).

adversárias. Só assim os cidadãos poderiam ser informados sobre uma variedade de pontos de vista, por meio de canais de comunicação abertos entre o governo e os governados, promovendo uma zona neutra de formação da opinião pública, central para o exercício da soberania popular.

Nessa perspectiva positiva, além dos clássicos autores liberais, há novas vozes, como a WOLTON, (1995), para quem não existe uma antinomia entre comunicação e democracia de massa. Pelo contrário, a comunicação é uma condição estrutural do funcionamento da democracia. O novo espaço público existe numa sociedade aberta, urbanizada, com forte valorização do indivíduo. Mas, ao mesmo tempo, esse espaço se caracteriza também pela organização de massa, em termos de trabalho e de consumo, dos tempos livres e de educação. Nesse novo espaço público, a imprensa e os meios audiovisuais desempenham um papel considerável, em termos de informação e de comunicação, pois o alargamento do campo da política conferiu um papel central à informação e ao pluralismo. Por outro lado, esse espaço público é caracterizado pelas pesquisas de opinião que constroem permanentemente uma representação da opinião pública. Assim, as informações sobre os acontecimentos fornecidas pelos meios e as pesquisas sobre o estado da opinião são condições de funcionamento do espaço público alargado da democracia de massa.

Para o autor, no entanto, embora a comunicação seja condição funcional e normativa do espaço público e da democracia de massa, não pode, por si própria, garantir a qualidade do funcionamento dos mesmos. Isso porque há valores políticos diferentes dos valores comunicacionais. No entanto, os meios podem simular uma falsa transparência, ou seja, o sentimento de que os problemas importantes de uma sociedade são visíveis, sendo sempre levados ao conhecimento de todos (pelos meios de comunicação e pelas pesquisas de opinião). Trata-se de uma ilusão do conhecimento dos fatos. Por isso, ele ressalva que é preciso manter diferentes representações da sociedade para evitar uma falsa homogeneidade, uma falsa transparência.

ALBUQUERQUE (1999) argumenta que o modelo de jornalismo independente está profundamente enraizado na cultura norte-americana, marcadamente individualista, influenciada por um conjunto de valores fundamentais, como a livre iniciativa, a soberania popular, a igualdade perante a lei, etc. Para ele, as características do jornalismo

independente são observáveis nas grandes empresas jornalísticas brasileiras e nos jornalistas em cargos de direção, mas, frequentemente, nossa imprensa defende determinadas causas, o que é contraditório com os postulados daquele modelo. Ocorre que, no Brasil, esses valores, bem como o modelo de jornalismo foram importados, sendo defendidos formalmente, enquanto, na prática tendem a receber uma interpretação distinta, de modo que a idéia de “Quarto Poder” tem entre nós um significado bem diferente. Para Albuquerque, a visão brasileira de Quarto Poder é peculiar, implicando um papel político mais ativo do jornalismo que o aproxima de um modelo caracteristicamente brasileiro de “poder moderador”. Isso levaria nossa imprensa a adotar relações com o poder Executivo que se poderiam qualificar ora como “governismo”, ora como “oposicionismo”, de modo a atender ao seu compromisso com a defesa da democracia e da ordem pública. Em resumo, o jornalismo brasileiro reinterpretaria o modelo de jornalismo independente numa chave própria, influenciada pela nossa cultura política. Nos termos de Albuquerque, no Brasil, “... a imprensa reivindica hoje exercer o papel de árbitro das disputas entre os poderes constituídos, decidindo sempre em favor do “Bem Comum”.

JORNALISMO COMO “VIÉS” DA DEMOCRACIA

Na direção contrária a essa perspectiva, há autores que vêm nos meios, na forma como se apresentam na sociedade capitalista, um empecilho à plenitude da democracia, entendida como governo pela maioria. Uma demolição sistemática do legado de visões da tradição liberal sobre o papel democrático dos meios foi desenvolvida por CURRAN (1996), para quem essa tradição tem pouco a ver com a realidade contemporânea, apesar de seus pontos de vista virem sendo repetidos ao longo do tempo. Embora considere a supervisão crítica do governo como um aspecto importante da ação da mídia, argumenta que se trata de uma concepção simplista da sociedade, na qual o conflito principal é visto entre o indivíduo e o Estado, ignorando a opressão exercida por outras estruturas, como a economia, por exemplo. Os meios têm, documentadamente, deixado de investigar criticamente as atividades dos conglomerados aos quais pertencem, e não agem como “cães de guarda” independentes servindo o interesse público mas sim como organizações que usam sua força para promover seus próprios objetivos particulares. Outros autores vêm a emergência de um complexo informacional-cultural com laços com o governo, que dá

apoio ao capital e ao conservadorismo, sendo, ao invés de uma fonte popular de controle do governo, meramente um meio pelo qual as forças dominantes buscam exercer influência informal sobre o Estado. A crítica real seria aquela proveniente da militância da esquerda, mas tanto os governos como a imprensa tendem a ser conservadores. Embora possa haver conflitos entre jornais e governos, a tendência é a uma lealdade patriótica em casos de crise. Por último, não caberia adequadamente à imprensa no sistema de mercado o papel de cão de guarda, porque seu conteúdo é constituído principalmente pelo entretenimento.

Ao examinar a idéia da mídia como representação pública do consumidor (o Quarto Poder), Curran diz tratar-se de uma mitologia, pois o domínio dos meios por oligopólios restringiu a diversidade, a escolha pela audiência e o controle público, reduzindo a entrada de outras empresas no mercado, de modo a criar uma zona de influência na qual as forças econômicas dominantes têm já uma posição privilegiada. As atuais estruturas de mercado, assim, ao contrário do que propalam os liberais, ao invés de promoverem a diversidade, constroem e impõem limites à diversidade. Ele argumenta que o conceito de controle soberano do consumidor ignora o papel central da publicidade comercial no financiamento dos meios, bem como o espectro de influências que dão conteúdo à mídia e, por fim, a resistência das organizações informativas às pressões populares.

Ao tratar dos meios como fonte de informação pública, o autor comenta que a própria existência de um mercado de mídia constitui um empecilho ao jornalismo. Transformada em mercadoria, a informação acaba sendo simplificada, condensada, personalizada, descontextualizada, dando ênfase à ação ao invés do processo, à visualização ao invés da abstração, ao estereótipo, ao invés da complexidade humana.

Corroborando essa visão, McCHESNEY (1999) observa que o jornalismo nos Estados Unidos se baseia em fontes oficiais, evitando, por outro lado, assuntos públicos de longo prazo, minimizando a oferta do contexto histórico e ideológico necessário aos leitores. Os jornalistas internalizam a noção de que os negócios é que realmente conduzem a sociedade, de modo que promovem uma ampla cobertura dos mesmos, achando natural que haja pouca atenção ao mundo do trabalho. Dessa maneira, estão longe de ser politicamente neutros ou “objetivos”. Para este autor, as noções tradicionais de separação de interesses editoriais e comerciais estão se enfraquecendo, à medida em que anunciantes desempenham um papel crescente na determinação dos conteúdos (McCHESNEY, 1997).

No Brasil, um dos autores pioneiros na vertente dos estudos acadêmicos dessa temática, MARCONDES FILHO (1989), também desenvolve uma crítica categórica do jornalismo produzido nos marcos do capitalismo. Para ele, o jornalismo, via de regra, atua com grandes forças econômicas e sociais, sendo representante de conglomerados econômicos ou grupos políticos interessados em dar foro de objetividade às suas idéias. Alexis de Tocqueville considerava a imprensa como garantia da liberdade individual na sociedade democrática, mas essa perspectiva tornou-se anacrônica com tendência à concentração da imprensa. Em meados do século 20, a imprensa se torna empresa com fins lucrativos sem perder seu caráter político. Para ele, o jornalismo moderno é seleção, ordenação, atribuição ou negação de importância a fatos, os quais passam a funcionar como se fossem o espelho do mundo, enquanto, na verdade, se trata de uma forma mascarada de luta pelo poder (MARCONDES FILHO, 1989).

MIGUEL (2001) observa que os meios são hoje o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos, sendo que neles se encontram as representações do mundo social, ligadas aos diversos grupos de interesse da sociedade. Mas há um viés nessa representação: os meios reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta resultados negativos para o exercício da democracia.:

“Tal quadro deixa claro que os meios de comunicação, na forma em que existem hoje, dificilmente darão espaço para a expressão ou a constituição de interesses que ameacem as estruturas básicas do capitalismo. (...) De fato, o desequilíbrio de recursos que o capitalismo produz na esfera econômica transborda sem cessar para a esfera política, comprometendo a igualdade que é requisito para o exercício da democracia (...) e a propriedade da mídia pode ser encarada como uma manifestação deste fato mais geral...”

A influência dos meios sobre o campo político se dá na formação do capital político, de modo que a visibilidade na mídia é essencial. Mas a influência dos meios também é visível na formação da agenda dos leitores ou espectadores, ou seja, a pauta das questões relevantes, na capacidade de formular preocupações públicas. Além da agenda, os meios têm a capacidade de enquadrar os acontecimentos, através de esquemas que privilegiam certa interpretação dos acontecimentos.

O autor argumenta que a ação dos meios também se expressa na própria concepção do campo da política, que, via de regra, é restrito às instituições políticas, a questões como o parlamento, os poderes, eleições e partidos, deixando num segundo plano questões como

os movimentos populares, as demandas de minorias ou de mulheres, lutas ambientalistas. A mídia se adapta ao recorte dominante que é formulado pelo próprio campo político. Assim, o noticiário jornalístico, focalizando a disputa por cargos e estratégias partidárias contribuiria para fixar o campo da política fechado sobre si mesmo, definido apenas pela conquista do poder, enquanto os problemas concretos perdem o conteúdo, sendo convertidos apenas no objeto de disputas por espaço político.

Outro ponto crítico focalizado pelo autor é o da linguagem. A mídia é responsável pela conversão do discurso político às suas regras, especialmente a televisão, na qual se destaca o peso da imagem dos políticos, a fragmentação e a superficialidade. Os próprios políticos acabam adaptando seu discurso a falas de poucos segundos, buscando o efeito acima de tudo, como forma de alcançarem audiência e notoriedade. A complexidade dessas relações aumenta quando se considera que o próprio campo da mídia não é autônomo, incorporando objetivos advindos do campo econômico, representando *lobbies* empresariais, empreiteiras ou concessionárias de serviços públicos.

O autor examina também os problemas da implementação efetiva da democracia nas sociedades contemporâneas, focalizando em particular a questão da qualidade do fluxo das informações a que o cidadão tem acesso (MIGUEL, 2004). Para ele, o exame da bibliografia levaria a considerar os meios de comunicação como “intrusos” no funcionamento da democracia, pois os partidos é que deveriam estar em posição de centralidade, como intermediários do jogo político.

No contexto da perspectiva crítica, destaca-se a questão da concentração e oligopolização dos meios. Investigador dos efeitos dessa tendência das comunicações no processo democrático, LIMA (1997) concentrou grande parte de seus estudos sobre o papel da Rede Globo na vida política brasileira. Ele indaga :

“Nesse novo quadro que se configura, haverá ainda espaço para o desenvolvimento do livre mercado, da competição e da própria democracia liberal? Será possível conciliar oligopólio e monopólios dos mídia com *livre debate de idéias e opinião pública* autônoma? O pluralismo e a diversidade ainda serão possíveis ou já será tarde demais para se fazer frente à “nova lógica” do mercado? Será inevitável a consolidação de uma “democracia oligopolizada” em que o setor de comunicações permanecerá também oligopolizado? (p.148-9)

McCHESNEY (1999), na mesma direção, considera que os meios se tornaram uma força anti-democrática, devido à sua concentração em poucas mãos, afastando-os dos ideais liberais e reforçando a tendência para o comercialismo, implodindo a vida pública. Para ele, o que acontece nos Estados Unidos nem de longe se aproxima de uma sociedade democrática, pois muitas decisões-chave se dão no campo do setor corporativo e a maior parte das decisões governamentais é influenciada por interesses especiais, com pequena participação ou divulgação pública.

HEGEMONIA E DEMOCRACIA

Nosso intuito, nesta parte é tentar situar a questão da democracia num quadro de correlação de forças sociais, procurando uma concepção que não se deixe capturar pelas antinomias examinadas. Parece-nos que tanto a perspectiva liberal como a abordagem crítica – nas suas versões mais restritivas - podem conduzir a concepções reducionistas da inserção social, do papel e do caráter da ação política dos meios. Ambas as perspectivas tomadas como absolutos que se confrontam, armam ciladas que aprisionam e imobilizam a análise do problema. A perspectiva liberal adota uma visão idealizada e não contraditória da sociedade, que não corresponde aos fatos observados, consagrando o existente como promotor de uma harmonia perfeita, de modo que não favorece a sua crítica nem vê necessidade de seu aprimoramento. Em sentido contrário, a perspectiva crítica na forma mais radical, ao não negar valor democrático à comunicação na economia de mercado, também não alimenta qualquer esperança de aprimoramento dos meios no âmbito do capitalismo. Na ausência de uma alternativa revolucionária, restaria denunciar eternamente o quadro atual. Nem a ingenuidade nem a descrença parecem favorecer o processo democrático.

No entanto, nosso ver, cada uma das perspectivas possui elementos de verdade ou, pelo menos, observáveis, mas que precisam ser reavaliados, com vistas à construção de um modelo mais apto a representar a relação da comunicação com a democracia no mundo empírico.

Primeiramente, considerando os pressupostos liberais, parece defensável teoricamente que meios comunicação independentes tenham um papel importante na crítica da condução e administração da coisa pública, na informação dos cidadãos sobre os temas

relevantes da vida coletiva, sendo um elemento importante na promoção da democracia. A limitação dessa perspectiva é que a dinâmica social é mais complexa que a doutrina liberal, que identifica diretamente os meios com o interesse público, não reconhecendo que a propriedade privada pode introduzir uma perspectiva de classe às suas pautas, o que, obviamente, conspira contra o ideal democrático de um debate público equilibrado. NOVELLI (2004) notou essa ambiguidade da imprensa dizendo que enquanto empresa privada não precisa submeter-se às regras que presidem os órgãos públicos, mas ao mesmo tempo participa do debate político, sendo vista como um serviço público e reivindicando o prestígio de uma instituição pública.

Em direção contrária, a abordagem crítica, ao abordar os meios no contexto das relações sociais, em contextos concretos, permite aproximações mais realistas e está apoiada por um sem número de estudos empíricos e analíticos, que trouxeram evidências às suas posições. Porém, a tendência dessa abordagem a restringir a ação dos meios à perspectiva dos proprietários não lhe permite considerar a possibilidade de uma representatividade ampliada da ação dos meios, promovida por pressões internas ou externas a eles. A noção de hegemonia, a nosso ver, fornece à perspectiva crítica um modo mais matizado de interpretação do significado e do papel complexo das comunicações na sociedade contemporânea, tendo sido usada nesse sentido tanto pelo próprio formulador, como por autores contemporâneos.

É certo que os meios de comunicação são instrumentos de construção da hegemonia, mas este conceito vai além da dominação pura e simples. Como se sabe, na formulação de Gramsci, a hegemonia implica reformas ou concessões, graças às quais uma classe logra a liderança intelectual e moral sobre as demais. Observamos que a referência a concessões pressupõe, necessariamente, a existência de pressões, demandas, provenientes de outras classes sociais, de modo que o conceito não deve ser lido como expressão de uma magnanimidade da classe hegemônica mas sua resposta estratégica, num contexto agônico. De qualquer maneira, a classe hegemônica vai além seus interesses econômicos imediatos, a fim de lograr o consentimento social, unindo categorias e classes de uma sociedade num bloco histórico, no qual vigeria um princípio de organização das instituições e das práticas sociais.

Transportando essa concepção da vida política para o campo da comunicação, podemos supor que, além de atenderem aos objetivos imediatos dos grupos proprietários, os meios, precisariam ultrapassá-los e representar algumas demandas das demais classes sociais, até mesmo para atender o restrito objetivo mercadológico, pois os interesses da classe empresarial não são necessariamente os das suas audiências. Estas, embora se possa admitir que sejam influenciáveis pelos meios, apresentam demandas específicas. Os meios precisariam, portanto, alargar o âmbito de suas pautas, falar a linguagem e abordar os temas de contingentes maiores, contemplando, pelo menos, os interesses da classe média. Há, também, uma consciência geral nas sociedades contemporâneas de que os extremos de desigualdades econômicas e sociais, por exemplo, não são defensáveis sob nenhum ponto de vista, nem mesmo os mais utilitaristas e que, portanto, os problemas e demandas das camadas subalternas e dos setores excluídos também precisam estar representados nos meios (embora o sejam de forma precária e eventual). Ou seja, talvez haja consensos mínimos nas sociedades contemporâneas que envolvam também os conteúdos dos meios de comunicação.

As análises dos noticiários revela agendas e enquadramentos noticiosos que majoritariamente se poderiam considerar sintonizados com os interesses e preocupações dos grupos proprietários. Mas esses resultados não definem automaticamente os conteúdos dos meios para sempre. Embora se possam traçar certas características gerais balizadoras das pautas da comunicação de massa numa sociedade capitalista, sua posição a respeito de um determinado tema ou sua ação específica no processo democrático numa dada conjuntura são fatos de natureza histórica, ou seja, sua conduta depende da correlação de forças num dado momento, da ação de pessoas, de categorias sociais, entidades, movimentos sociais, não podendo ser totalmente determinadas de antemão. Isso implica, além da variabilidade das situações, que a comunicação pode também ser vista como um espaço de luta pela democracia, num processo permanente. Ou seja, não se trata de acomodar-se, mas de buscar a ampliação do âmbito de preocupações e interesses dos meios.

Essa luta não se trava unicamente no âmbito dos meios: se é verdade que a comunicação é importante para a democracia, em sentido contrário, a existência ou não da democracia é uma condicionante decisiva da natureza da comunicação que se pratica. A

linha de determinação entre os dois termos, tem um vetor mais forte que vai da garantia de condições gerais da convivência democrática (vigência do Estado de Direito, liberdades públicas, garantias individuais, império da lei, etc.) em direção à comunicação. Mas é possível ir além das garantias básicas, dos direitos, de modo a incluir políticas que promovam e incentivem formas públicas de comunicação democrática, atuando paralelamente aos meios comerciais.²

Por último, é preciso estabelecer distinções nas análises do papel de cada um dos diferentes meios de comunicação na democracia. Há uma enorme diferença entre a imprensa e a televisão, por exemplo, facilmente observável por diversos critérios, tanto de linguagem como de profundidade e cunho analítico, interpretativo. Além do mais, não existe semelhança alguma entre a influência política de um meio de comunicação local ou regional e uma rede de televisão nacional oligopólica. Dada a deformação que pode exercer no processo democrático pela simples densidade de sua massa, pela desigualdade de sua influência social em comparação com qualquer outro meio, mas principalmente por não enfrentar qualquer contraditório, na ausência de concorrência, a rede oligopólica constitui sempre uma ameaça potencial para a democracia. Nesse sentido, a questão principal na análise do binômio comunicação-democracia continua sendo, sem dúvida, a concentração da propriedade, que induz à concentração das audiências e, portanto, ao gigantismo das influências.

A comunicação na sociedade contemporânea se realiza, portanto num contexto de classes com interesses divergentes e conflitos, mas podem existir consensos mínimos compartilhados. Nesse quadro complexo, em permanente tensão, o papel da atividade jornalística na realização da democracia é marcado pela luta por espaços e enquadramentos. Rejeitando definições categóricas, em prol de uma visão histórica da ação do jornalismo, entendemos que, ao invés de uma atuação uniforme e previsível, seu papel resulta da influência de diversas forças, num quadro de valores profissionais, sociais e políticos, no qual jornalistas e demais cidadãos são confrontados em situações concretas.

²Para uma discussão sobre alternativas de propostas ver Miguel 2004 b, *Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia* e Fonseca, 2004, *Mídia e democracia: falsas confluências*, 2004.

BIBLIOGRAFIA

- ALBUQUERQUE, A. *Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil*. Contracampo, V. 1, no. 4. Niterói, 2000.
- CURRAN, J. Mass media and democracy revisited. In: CURRAN, J.; GUREVICH, M. (eds) *Mass media and society*. London/N.York/Sidney/Aukland: Arnold, 1996.
- FADUL, A. Hegemonia e contra-informação: por uma nova práxis da comunicação. In: LINS DA SILVA, C.E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.
- FALLOWS, J. *Breaking the news: how the media undermine american democracy*. New York: Vintage Books, 1997.
- FONSECA, F.C.P. Mídia e democracia: falsas confluências. *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, n. 22, jun 2004. P. 13-24.
- LATTMAN-WELTMAN, F. *Mídia e accountability: dimensões e condições da poliarquia*. Trabalho apresentado ao X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Brasília/DF, 29 de maio a 1 de junho de 2001. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html>
- LIMA, V.A. Comunicações, política e democracia. In: TRINDADE, A.A.C. e CASTRO, M.F. *A sociedade democrática no final do século*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- MADRID, J.E. Meios de comunicação e construção da hegemonia. In: LINS DA SILVA, C.E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.
- MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1989.
- McCHESNEY, R. *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. New York: The New Press, 1999.
- _____. *Corporate media and the threat to democracy*. New York: Seven Stories Press, 1997.
- McQUAIL, D. *Mass Communication Theory*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 2000.
- MENDONÇA, A.S. Comunicação e teoria da hegemonia. In: LINS DA SILVA, C.E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.
- MIGUEL, L.F. *Influência e resistência: em busca de um modelo complexo da relação mídia/política*. Trabalho apresentado ao X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Brasília/DF, 29 de maio a 1 de junho de 2001. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html>
- _____. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. *Opinião Pública*. Campinas: Vol. X, n. 1, Maio 2004. p. 91-111.
- _____. *Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia*. Trabalho apresentado ao XIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), São Bernardo do Campo, 22 a 25 de junho de 2004b. Disponível em <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2004.html>
- NOVELLI, A.L. O projeto Folha e a negação do quarto poder. In: MOTTA, L.G. (org.) *Imprensa e poder*. Brasília: UnB-Imprensa Oficial, 2002.
- SCHEMENT, J.R. *Encyclopedia of communication and information*. New York/Farmington Hills: Macmillan Reference USA, 2002.

WOLTON, D. As contradições do espaço público mediatizado. *Revista de comunicação e linguagens*. Comunicação e Política. Lisboa: Edições Cosmos, 21-22, 1995. 434 p. Edição especial. p. 167-188.