



## **Jornalismo e Poder**

### **Uma análise da interferência dos mídia noticiosos na construção da realidade<sup>1</sup>**

Gessica Fernanda DANIEL<sup>2</sup>

Universidade Católica de Brasília (UCB), Brasília, DF

#### **Resumo**

O presente artigo aborda a interferência do jornalismo na construção das imagens do mundo as quais temos acesso. O estudo fala primeiro da presença de características que apontam para preceitos além da técnica e que indicam a existência da atuação de quadros sociais, políticos e econômicos na conceituação do jornalismo. Após essa definição, discorre-se sobre a teoria funcionalista no sentido em que ela pode indicar que estabelecer uma função significa atribuir um poder e por último discorre-se sobre a atualidade do termo poder e sua aplicação aos quadros de interferência analisados no artigo. As conclusões finais apontam para a inaplicabilidade do termo poder em algumas das acepções de interferência as quais o jornalismo pode se aplicar.

**Palavras-chave:** jornalismo; mídia noticiosos; poder; interferência; construção da realidade.

#### **Introdução**

Desde que o jornalismo passou a ser considerado um meio de comunicação social, sua interferência nas relações humanas tem sido de caráter marcante. Representado, sobretudo, como “arena de debate público e protesto dos partidos” (DEFLEUR, 1993, p. 65), o jornalismo se constituiu desde o princípio como um “espaço discursivo de grande poder simbólico” (DRAVET; CASTRO; CURVELLO, 2007, p. 139).

O que pesquisadores tais como Lazarsfeld e Merton (apud WOLF, 1985) e Lipmann (apud TRAQUINA, 2001) têm analisado desde a década de 1950 é se esse meio de transmissão de informações (ANDRADE, 1966. p. 70) interfere na formação dos indivíduos ou exerce algum poder social, político ou econômico na sociedade. Nesse sentido, o jornalismo tem assumido importante função enquanto mecanismo de informação e de construção da realidade a que estamos sujeitos. Segundo a análise dos conteúdos midiáticos feita por Beltrán (1982, p. 71-77), o processo jornalístico age como “um duplo instrumento educativo” que fornece imagens do mundo que não podem ser dissociadas da “influência” dos meios de comunicação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do curso de Comunicação Social, Habilitação Jornalismo da UCB, e-mail: [gessicafdaniel@gmail.com](mailto:gessicafdaniel@gmail.com)



O jornalismo também é definido, por Rossi (1985, p. 07), como formador de uma imagem do mundo em que vivemos. Para esse autor, a interferência desse meio de comunicação é uma “batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos”. Para José Marques de Mello (2003, p. 17), o conceito estaria mais ligado a “transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos)”, o que pode significar uma “crença generalizada na [...] força da comunicação de massa [...] em moldar a opinião pública e inclinar as massas” (DEFLEUR, 1993, p, 181).

Como os primeiros apontados já introduzem uma noção de poder do jornalismo, decidimos, neste artigo conhecer como se dão essas relações e quais os campos de atuação desse poder. Serão analisadas quais interferências atuam nas relações da produção jornalística e na construção das representações e realidades sociais. O tema de pesquisa foi escolhido baseado na afirmação de Walter Lippmann (apud TRAQUINA, 2005, p. 16) de que “os media são a principal ligação entre os acontecimentos do mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos”. Dessa forma, já em 1922, se apontava a atuação de alguma interferência dos meios de comunicação nas relações da sociedade.

### **1. Um conceito de jornalismo que implica relações de interesse<sup>3</sup>**

Os conceitos de jornalismo apontam para questões que envolvem além da técnica, aspectos ideológicos e interesses, ora por parte dos produtores da informação, ora por parte dos consumidores desse meio. Em Sousa (2003, p. 53), o jornalismo aparece como uma “atividade de divulgação mediada, periódica, organizada e hierarquizada de informações com interesse para o público”. Outros autores como Beltrão (1960), Hudec (1980) e Rossi (1985) usam definições que apontam para vertentes mais subjetivas da produção jornalística.

Para Beltrão (1960, p. 63), o jornalismo tem “o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”. Já em Rossi (1985, p. 7), essa relação exprime controle do público a partir da informação jornalística divulgada. O autor defende que o jornalismo é uma batalha, na qual as

---

<sup>3</sup>É importante estabelecer que ao longo deste trabalho serão apontadas questões sobre o poder do jornalismo na atuação política, econômica e social, sem, contudo, apontar as contrapartidas. É salutar reconhecer a função dos receptores, estudada amplamente por teóricos da América Latina nos últimos 30 anos. Estudos como os de Jesús Martín-Barbero apontam que não apenas os meios de comunicação atuam na construção dos conteúdos e referentes do receptor, como estes (resguardando situações que não possibilitam atuação ou reação) também são responsáveis pela produção midiática desenvolvida e pela seleção daquilo que lhes interessa.



armas são as palavras. A partir dessas posições, pode-se inferir que o jornalismo tem um interesse, o que pode significar algum poder em relação ao público por tratar de questões que tem importância para ele. Para Camasseto (2003, p. 164) essa relação começa bem antes da conferência de significação às palavras. De acordo com ele, a invenção do alfabeto deu às palavras o poder que antes só podia ser conquistado com o uso de força física.

Castells (2001A, 403-455 apud CAMASSETO, 2003, P. 166) apontou que essa relação que faz uso das palavras é uma nova “manifestação espacial predominante de poder [...] em nossas sociedades”. Felipe Pena (2008, p. 11) explicita a importância das informações divulgadas na mídia<sup>4</sup> para as relações sociais contemporâneas e diz que “na sociedade pós-industrial, não há bem mais precioso que a informação”.

Ainda falando da importância do jornalismo na atualidade, Alberto Dines explica que o aumento significativo da questão econômica envolvida no “empreendimento jornalístico” também é responsável por moldar as relações de poder na produção jornalística. Para ele, quando as instituições jornalísticas se tornaram empresas, o jornalismo se afastou dos princípios e se tornou partidário de um ou outro interesse. Dines (1986, p. 107-110) complementa que essas relações não são facilmente controláveis por que “a empresa que fabrica um jornal só tem compromissos subjetivos”.

Em uma abordagem mais política desse aspecto interessado do jornalismo, Venício A. de Lima (2003, p. 44), diz que as “relações entre a mídia e as demais instituições sociais [...] são entendidas como relações de poder numa sociedade cada vez mais contraditória e desigual”. Dines (1986, p. 63) completa essa ideia ao afirmar que “nas mutações de poder, quando naturais e periódicas, os meios de comunicação desempenham um papel importante e disto lhe advém autoridade intrínseca”.

A percepção de jornalismo como campo de poder continua em Dines quando o autor afirma que “o processo de informar é um processo formador, portanto, o jornalista, em última análise é um educador”. Como se pode notar, o autor insere também uma afirmação de que esse poder parte não só do jornalismo, mas também de seus profissionais, que seriam “privilegiados” diante do público e dos companheiros

---

<sup>4</sup> Para Pena, a mídia aparece como “todo tipo de manifestação cultural presente no espaço público, como novelas e filmes [...] e a imprensa”. (2008, p. 31).



profissionais. Para Dines (1986, p. 118-121), o jornalista toma decisões que exigem dele senso de responsabilidade e podem “destruir uma reputação e uma vida”, o que implica a indicação de interferência do jornalismo e, de acordo com esse autor, do jornalista, na construção da imagem que a sociedade tem da realidade.

## **2. Uma definição que implica em uma função – Teoria Funcionalista**

As relações entre o jornalismo e a sociedade frequentemente indicam quadros de interferência de um aspecto no outro. Para Lima (2001, p. 94), as diferentes formas de mídia têm protagonizado uma simbiose cada vez maior com o poder político e econômico da sociedade. Por esse motivo, nas sociedades autoritárias, definidas por Lima como aquelas que viveram em regimes totalitários (Cuba, antiga URSS etc.), a imprensa constantemente foi vista com necessidade de enfrentamento por parte dos governos, uma vez que atuava não só como mantenedora do poder estabelecido, mas, por hora, como combatente deste poder.

Diante dessa acepção, cabe pensar a função do jornalismo na forma como a sociedade se percebe e na construção de políticas públicas. Mauro Wolf (1985, p. 63) explica que já não é a “dinâmica interna dos processos comunicativos” a responsável pela definição das pesquisas em comunicação, mas a “dinâmica do sistema social e o papel que nela desempenha as comunicações de massa”.

Utilizando outros termos, mas mantendo o sentido proposto por Wolf, Traquina (2003, apud Geraldles, 2007, p. 141) aponta que o jornalismo é “capaz de impor uma agenda de atributos que pode afetar o que pensar e como pensar”. Em uma análise que trata prioritariamente da constituição da sociedade, Lazarsfeld e Merton (1948, p. 82 apud WOLF, 1985, p. 67) apontam que os *mass media* atuam na atribuição de uma “posição social e de prestígio” àqueles que trabalham no interior do processo comunicacional. Os autores falam ainda da legitimação social que os *mass media* frequentemente dão aos produtores e receptores da comunicação de massa.

Lazarsfeld e Merton (1948, p. 84 apud WOLF, 1985, p. 68) concluem esse pensamento ao afirmarem a importância dos meios de comunicação de massa na confirmação das normas sociais. Esses meios de comunicação ainda atuam no controle do “comportamento desviante”, situação em que os meios de comunicação atuam para adequar os comportamentos ao *status quo* (WRIGHT, 1960, p. 102 apud



WOLF, 1985, p. 68). No sentido oposto, Wolf (1985, p. 68) diz que os meios de comunicação também podem funcionar como uma “ameaça a estrutura” da sociedade.

O mesmo autor (1985, p. 68) aponta que os meios de comunicação de massa interferem na formação cultural dos indivíduos. No mesmo sentido, DeFleur (1993, p. 286) afirma que a mídia exerce uma função de alfabetizadora social, uma vez que é por meio dela que a sociedade apreende a maioria das informações que tem acerca do mundo. Para DeFleur, “a mídia de massa ampliou enormemente nosso vocabulário”, através do estabelecimento de novas palavras, da disseminação do significado de termos já existentes e da substituição de termos antigos por outros novos. No entanto, o autor (1993, p. 288) lembra que a mídia não cria novos termos constantemente, mas sim faz com que eles se “disseminem mais depressa e eficientemente em base nacional, por que [...] tem audiências enormes”.

Outra questão lembrada por Wolf (LAZARFELD e MERTON apud WOLF, 1985) é a seleção feita pelos *mass media* para a apresentação do que seria interessante disponibilizar para os receptores. DeFleur (1970 apud WOLF, 1985, p. 69) cita a vertente comercial dessa situação ao apontar que existe uma tendência a preservar o aspecto comercial nos meios de comunicação a fim de manter “a parte mais importante do mercado”.

Esse autor fez uma interessante conceituação das funções da propaganda, mas que se aplica as explanações sobre o jornalismo apontadas neste estudo. Para ele (1993, p. 179-180), a difusão de informações é responsável pela mobilização de sentimentos e lealdades, que ele definia como um quadro de “persuasão em larga escala”. No entanto, DeFleur atenta para a atribuição de um valor absoluto dos meios de comunicação de massa. Ele aponta que a crença de que os *mass media* possam “moldar a opinião pública e inclinar as massas para quase qualquer ponto de vista desejado pelo comunicador” não é totalmente aplicável (1993, p. 181).

Para DeFleur (LASSWELL, 1927, p. 220-221 apud DEFLEUR, 1993, p. 181), “a propaganda<sup>5</sup> [seria] um dos mais poderosos instrumentos do mundo moderno”. Voltando para um tópico mais geral, no âmbito das comunicações, Marcondes Filho

---

<sup>5</sup>Nesse caso mais uma vez, utiliza-se um conceito não exatamente desenvolvido para o estudo de jornalismo, mas que se aplica as pesquisas enquanto conhecimento da comunicação de massa. Além disso, quando se fala em propaganda, os autores estão tratando do caráter ideológico da disseminação de informações.



(1998, p. 116) afirma que os meios de comunicação podem oferecer “resistência ou defender posições que lhes parecem justas”.

Nesse sentido, DeFleur (p. 1993, p. 279) diz que “as interpretações dos acontecimentos pela imprensa podem alterar as interpretações da realidade pelo público e seus consequentes modelos de ação.” Assim, Lippmann defendia que

as descrições da imprensa foram muitas vezes *espúrias* [grifo no original] pelo fato de serem enganadoras, criando “imagens em nossas cabeças” deturpadas ou até completamente falsas acerca do “mundo lá fora”. (LIPPMANN apud DEFLEUR, p. 1993, p. 279)

DeFleur (1993, p. 282) também aprofundou estudos de George Gerbner que inferiam que “a realidade transmitida pela mídia pode influenciar crenças e consequentemente a conduta [...], 'levar na corrente'”. Estes apontamentos e outros incitados por Mauro Wolf (1985), DeFleur (1993), Walter Lippmann (2008), Luiz Gonzaga Motta (2002) e Cavalcanti Filho (1994) dão a ideia de que os aparatos de mídia são responsáveis e atuantes na imagem do mundo a que a sociedade tem acesso hoje.

O próprio estudo de Gerbner (citado por DeFleur) aponta para esse fato a partir do exemplo sobre as informações a respeito da Primeira Guerra Mundial, que mesmo acontecendo não foi real para todo um continente por vários dias apenas pelo fato de não ser retratada pelos meios de comunicação. Nesse sentido, para Mendes (1985, p. 80 apud CORREIA, p. 8) “ao escolher o real que vai narrar e ao escolher o modelo narrativo em que o vai exprimir, um jornal [...] reduz a infinitude de realidades e significações a um pequeno conjunto que as representa”.

### **3. Uma função que implica poder**

Até aqui apresentamos um estudo que aponta que a atribuição do poder é, além de uma conferência de status, a confirmação do papel social do jornalismo. Nesse sentido, Ana Lúcia Novelli (2002, p. 181) afirma que a imprensa exerce um “papel de destaque na esfera pública”. A autora ainda define o jornalismo como uma “instituição [...] atuante numa área de intersecção entre o setor público e o privado”.

As afirmações de Nelson Traquina confirmam a explanação de Novelli ao apontar a existência de um “reconhecimento cada vez mais claro de um poder midiático



(leia-se jornalístico) muito superior ao poder inicialmente postulado”. No mesmo sentido, pode-se destacar a afirmação de Correia (1995, p. 2), que disse que

com o surgimento dos meios de comunicação social, tal como os entendemos hoje, enquanto estruturas profissionalizadas de distribuição de mensagens, aquilo a que assistimos é a própria profissionalização da atividade mediadora que se instaura e consolida como uma dimensão constituinte e estruturante da sociabilidade. (CORREIA apud TRAQUINA, 2001, p. 13)

O autor ainda apontou que “o uso dos meios de comunicação transforma, de forma fundamental, a organização da vida social, criando novas formas de ação e de interação e de exercício do poder”. Dessa acepção extrai-se a definição dos “mídia noticiosos” enquanto formadores das imagens do mundo a que nós temos acesso. Sylvia Moretzsohn (2002, p. 203) aponta uma limitação da construção da realidade a partir dos mídia noticiosos. Para ela, “os meios de comunicação de massa mascaram o processo de construção social que permitiria perceber, na apresentação da 'verdade dos fatos', a intermediação discursiva entre sujeito e realidade por meio da linguagem”.

Assim, já em 1922, Walter Lippmann (apud DEFLEUR, 1993, p. 281), afirmava que os mídia noticiosos atuavam na construção da realidade forjando imagens ou distorcendo seu significado. Lippmann apontou que, mesmo sem intenção, o simples fato de os mídia não terem acesso a todas as informações já é uma forma de alterar a imagem do mundo e apresentar imagens que são, na verdade, uma percepção desse mundo.

Contudo, nesse ponto, mais uma vez entra-se em uma análise em que o jornalismo atua na construção da realidade, mas não é soberano da verdade, tal qual afirmavam as primeiras teorias da comunicação, sobretudo a teoria hipodérmica<sup>6</sup>. Os estudos de Lazarsfeld (apud TRAQUINA, 2001, p. 16) também apontavam para um limite do poder dos mídia. O autor definia o papel dos meios de comunicação como o de “cristalizar e reforçar as opiniões existentes e não alterá-las”, mas, ao mesmo tempo, ele também apontou um papel ativo para os receptores, que consomem de forma seletiva aquilo que é exposto pela mídia. A partir daí foram definidos “os limites do poder dos mídias e o papel das relações sociais”.

---

<sup>6</sup>Impacto direto das “mensagens massmediatizadas” nas pessoas, produzindo comportamentos predefinidos, conferindo aos meios de comunicação de massas uma visão “todo-poderosa”. (TRAQUINA, 2001, p. 15)



Ainda assim, a noção de que existe uma atuação dos mídias noticiosos na construção da realidade é atuante desde os primeiros estudos em comunicação. C. Wright Mills afirmava que

os meios de comunicação dizem ao homem comum quem ele é: lhe dão (sic) identidade; dizem-lhe o que quer ser: lhe dão aspirações; dizem-lhe como seguir este caminho: lhe dão a técnica; e dizem-lhe como sentir que é assim mesmo quando não o é na realidade: lhe oferecem uma possibilidade de fuga. (C. WRIGHT MILLS apud BELTRÁN, 1982, p. 55)

Assim, de acordo com Ungaro (1992 apud Traquina, 2001, p. 59), os jornalistas desempenham cada vez mais um “papel de servidores do público que procuram a verdade, ‘cães de guarda’ que protegem os cidadãos contra os abusos do poder, e *contrapoderes* (sic) que atuam do a quem doer, no papel de ‘heróis’ do sistema democrático” (grifo no original).

Além disso, autores como Hackett introduziram os conceitos de imparcialidade e objetividade na análise do poder dos mídias noticiosos. Em sua análise, Hackett (1999, p. 127) aponta que o conceito de parcialidade tem servido à análise da interferência ideológica dos jornalistas na produção dos conteúdos noticiosos. O autor explica que os mídias moldam o discurso de acordo com seus interesses, não de forma neutra como afirmavam os primeiros estudos de comunicação.

Assim, Hackett (1999, p. 128) questionou a existência da objetividade e apontou que a construção do poder do jornalismo passaria por “vários tipos de orientações e relações sistemáticas que, inevitavelmente, estruturam os relatos noticiosos”. O autor também afirmou que “longe de serem objetivas e imparciais, as notícias reproduzem as pressuposições sociais dos poderosos”. Assim, a objetividade e a imparcialidade seriam formas de tentar mascarar a interferência do jornalismo na construção da realidade.

A contribuição de Moretzsohn (2002, p. 203) defende a mesma assertiva e assinala que “os meios de comunicação de massa mascaram o processo de construção social que permitiria perceber, na apresentação da 'verdade dos fatos', a intermediação discursiva entre sujeito e realidade por meio da linguagem”. Correia (1995, p. 2) confirmou a argumentação da autora ao dizer que “o uso dos meios de comunicação transformam, de forma fundamental, a organização da vida social, criando novas formas de ação e de interação e de exercício do poder”.



Os estudos desenvolvidos por Correia (1995, p. 3) apontaram que “o jornalismo contribuiu para a ‘construção social da realidade’, para a rotinização da própria dinâmica social, estabilizando-a em acontecimentos, comportamentos previsíveis e erupções controladas”. Esses e outros quadros explanam a interferência do jornalismo na construção da realidade, mas não trazem à análise características de dominação cultural como propõem alguns autores e teorias do início do século XX.

#### **4. Considerações Finais**

Essa explanação sobre o poder dos mídia noticiosos pretendia a princípio de fender a existência de um poder econômico, político e social desses mídia, porém a análise da função da recepção não havia sido levada em consideração. Ao final do estudo, embora essa análise não apareça neste trabalho, a compreensão de sua existência molda um quadro que não tem merecido grande destaque dos estudiosos do tema sobre qual seria a atuação do jornalismo sobre a realidade a qual temos acesso.

Nelson Traquina (2001, p. 187-190) estudou o jornalismo “como um *Quarto Poder*, que guarda os cidadãos dos eventuais abusos de poder por parte dos governantes” (grifo no original). O autor apontou algumas das características esperadas do *Quarto Poder* pelo público. Assim, a ideia do jornalismo enquanto “guardião”, “veículo de informação capaz de munir o cidadão para o exercício de seus direitos” e como “sua voz, sua ira e sua revolta” são quadros que, ao mesmo tempo em que atribuem uma função ao jornalismo, podem dar a ele o poder de exercê-la e representá-la perante os demais poderes, mas não os definem como único meio capaz de tal feito.

A obra que melhor explica essa relação é *Opinião Pública* (1922) de Walter Lippmann. Na obra, Lippmann aponta a interferência do jornalismo, mesmo que de forma não intencional, nas imagens da Primeira Guerra Mundial a que a Europa teve acesso. O autor aponta que não há indicação de que o objetivo dos mídia noticiosos fosse mascarar ou alterar alguma situação, mas que a própria característica de formação desse meio de comunicação definiu a forma como essas informações chegaram ao resto do mundo.

A partir desse trabalho, não apenas esse quadro foi compreendido, como o conceito definido no título passou a ser uma denominação parcial. Falar em poder do jornalismo é atribuir a ele características dadas por estudos que já foram atualizados por outros (Teoria Hipodérmica) e deixar de analisar novas contribuições (Estudos de



Recepção). Este trabalho conseguiu avançar além da proposta e não apenas definir qual seria o poder do jornalismo, mas analisar, a partir de diversos autores, o uso de um conceito tão forte e carregado de acepção pejorativa. O termo realmente pode ser o mais indicado para definir o quadro de interferência na construção da realidade a que o jornalismo tem servido, mas, sem dúvida não se aplica a profundidade que foi dada a esse trabalho.

Análises vindouras sobre os Estudos de Recepção, fortemente desenvolvidos na América Latina por Jesús Martín-Barbero, podem confirmar ou refutar o uso do termo, mas por hora define-se a atuação do jornalismo na construção da realidade e sua inserção em todas as áreas do desenvolvimento humano, tais quais a economia e a política, como uma interferência, nem sempre voluntária, mas que atende a interesses específicos (Hackett, 1999, p. 127 e Novelli, 2002, p. 185).

## Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e glossário de termos anglo - americanos**. São Paulo: Summus Editorial, 1996. 165 p.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. **Comunicação dominada: Os estados unidos e os meios de comunicação da América Latina**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1982. 149 p.; (Coleção educação e comunicação; 8)

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo: Ensaio**. Rio de Janeiro: Agir, 1960. 229p

CORREIA, J Carlos. **O Poder do Jornalismo e a Mediatização do Espaço Público**. 1995. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf>. Acessado em 31 mai. 2010.

DEFLEUR, Melvin L.; VELHO, Octavio Alves (Trad.). **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. 397 p.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 5.ed São Paulo: Summus Editorial, 1986. 157p

DUARTE, Luiz Antônio Farias. **Imprensa e poder no Brasil - 1901/1915 : estudo da construção da personagem Pinheiro Machado pelos jornais Correio da Manhã (RJ) e A Federação (RS)**. Disponível em <http://hdl.handle.net/10183/10470> . Acessado em 31 mai. 2010.



GERALDES, Ellen e SOUSA, Janara. A análise de discurso de vertente francesa nos estudos de jornalismo In: DRAVET, Florence; CASTRO, Gustavo de; CURVELLO, João José. **Os Saberes da Comunicação: dos fundamentos aos processos**. Brasília: Casa Das Musas, 2007. Cap. 10, p. 139-148.

HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A Parcialidade e a Objetividade nos Estudos dos *Media* Noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1999. p. 101-132. (Comunicação & Linguagens).

HUDEC, Vladimir. **O que é jornalismo?:** Essência, características, funções sociais e princípios do seu desenvolvimento. Lisboa: Caminho, 1980. 76 p.

**INFORMAÇÃO e poder**. Rio de Janeiro: Record, 1994. 126 p.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, Nov 2001

MARCONDES FILHO, Ciro. **Cenários do novo mundo**. São Paulo, Edições NTC, 1998.

MARTINS, Francisco Menezes (Org.). **A comunicação, o social e o poder: Cultura, complexidade e tolerância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. 234 p.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003. 208 p.

MOTTA, Luiz Gonzaga (Coord). **Imprensa e poder**. Brasília, DF: Editora UnB, 2002. 365 p. (Coleção comunicação)

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo, mediação, poder: considerações sobre o óbvio surpreendente**. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-jornalismo-mediacao.pdf> . Acessado em 31 mai. 2010.

NOVELLI, Ana Lucia. **O projeto Folha e a negação do Quarto Poder**. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Universidade de Brasília, 2002. p. 181-199. (Coleção Comunicação).

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. 235 p.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. 87 p. (Coleção primeiros passos; 15)



SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século xx**. São Leopoldo, RS: Ed. da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, c2001. 220 p.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis, SC: Insular, 2005. v.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1985. 247 p.