

## Mídia e direitos humanos

### Introdução

Ao desenvolver um projeto<sup>1</sup> cujos temas centrais são acesso à Justiça e a auto-gestão de direitos, a Associação Nacional dos Centros de Defesa (Anced) adotou como um dos cenários da discussão o papel dos meios de comunicação, com atenção à grande imprensa nacional da atualidade. A decisão surgiu, inicialmente, da percepção de que o direito à liberdade de expressão vem continuamente se transferindo dos seres humanos para as empresas privadas e, sendo este movimento um fato, a imprensa pouco ou nada contribui para a afirmação do acesso à Justiça e da auto-gestão de direitos, tornando-se um espaço a legitimar diversas formas de violência. A decisão reflete, ainda, o entendimento da Anced de que nenhuma organização que se entenda defensora de direitos humanos pode prescindir de meios de comunicação autônomos, com qualidade e socialmente responsáveis como instrumentos de afirmação dos direitos humanos na sociedade, bem como de um sistema de mídia capaz de abrigar a diversidade de “vozes” e trabalhar para a proteção e promoção dos direitos de crianças e adolescentes, assim como preconizam diversos tratados de direitos humanos, entre eles a Convenção dos Direitos da Criança, das Nações Unidas<sup>2</sup>.

Assim, cabe observar qual mídia é esta que se quer como aliada/instrumento e como ela tem tratado os sujeitos aos quais destina-se o chamado acesso a direitos, sobretudo crianças e adolescentes cujos direitos vêm sendo historicamente violados por diversas razões.

Como resposta, surge a constatação de que a mídia, hoje, no Brasil, não pode ser considerada um instrumento para a emancipação, tampouco tem servido à afirmação de direitos; ao contrário. Apesar de já haverem avanços, é obvio o descompromisso de nossos veículos impressos e televisionados - sejam jornalísticos ou de entretenimento - com os direitos humanos, assim como também é obvia a total ausência de reconhecimento de sua função social. Desenha-se aí um quadro preocupante à medida que cresce o poder da mídia sobre a população brasileira - empobrecida e sem acesso a bens de entretenimento, lazer e outras formas de cultura além da TV -, criando um novo estágio histórico em que os veículos se auto-assumem como equivalentes à opinião pública, transformando-se tanto em seu espaço de manifestação quanto em seu representante mais próximo.

Assim os veículos de comunicação inauguram um novo tipo de democracia em que se auto-afirmam os “representantes legítimos da sociedade” no debate público, se sobrepondo a outros setores e estabelecendo o que alguns autores chamam de midiático poder<sup>3</sup>, uma atuação que, no caso da cobertura brasileira sobre violência/violação de direitos/infância e juventude, tem servido à reprodução e massificação de conceitos diretamente contrários à dignidade humana, à negação do acesso a direitos (entre eles o direito à voz e participação) e à exposição vil, irresponsável e manipuladora dos mais pobres e excluídos, considerados muitas vezes incapazes de refletir sobre sua condição, de expor suas idéias e de decidir sobre si

<sup>1</sup> Refere ao projeto Grupo de Trabalho Intervenção Exemplar, desenvolvido pela Anced desde janeiro de 2008, com apoio da Secretaria Nacional de Direitos Humanos, da Presidência da República.

<sup>2</sup> Entre outros, criança deve ter acesso a informações e materiais de várias fontes nacionais e internacionais, especialmente àquelas que objetivam a promoção de seu bem-estar social, espiritual e moral (do artigo 17); a criança deve ter direito à liberdade de expressão (do artigo 13); e a criança tem o direito de expressar sua opinião com relação a todos os assuntos que a afetam (do artigo 12).

<sup>3</sup> A expressão usada pelo jornalista Renato Rovai para explicar o poder da imprensa.

mesmos, servindo então e unicamente a vender jornal e conquistar telespectadores e anunciantes a partir da exposição espetacular, humilhante e irresponsável.

A seguir, fazemos uma breve análise do papel dos meios de comunicação na produção/reprodução de informações relacionadas a crianças e adolescentes envolvidos em situações de violência urbana, sexual e institucional de repercussão pública. O recorte foram as discussões promovidas com especialistas ao longo do primeiro ano do projeto<sup>4</sup>, as articulações promovidas com a Anced em encontros temáticos e algumas das reportagens veiculadas a respeito dos quatro casos incluídos no projeto Grupo de Trabalho Intervenção Exemplar, com suporte de teorias da Comunicação e do Jornalismo, além de opiniões de profissionais da grande imprensa.

Além da breve análise, o trabalho pretende apresentar os pressupostos mais recentes acerca das articulações para democratização da comunicação, estabelecimento de marcos regulatórios, educomunicação e/ou educação para a mídia no Brasil. Neste tópico ampliamos os horizontes para muito além da imprensa no cotidiano, buscando “comunicações” paralelas ao discurso único e hegemônico, mostrando que vale a pena apostar em uma comunicação feita por aqueles que, cansados de se verem mal retratados, querem mostrar que há informação além dos simulacros que os meios de comunicação, infelizmente, vêm produzindo. Também postulamos a necessidade de que o Estado, a sociedade e mesmos as empresas de comunicação avaliem a necessidade de regulação e auto-regulação dos veículos/conteúdos, buscando uma comunicação de melhor qualidade e que leve em conta a voz das crianças e adolescentes. Sobretudo aqueles historicamente pouco ouvidos.

## **1. As representações sociais da criança e do adolescente nos meios de comunicação brasileiros**

Um movimento essencial para compreender porque a mídia tem se transformado em um espaço revitimizador - e violador de direitos - é perceber como se interligam alguns elementos que definem os modos como crianças e adolescentes são normalmente retratados. Embora esse seja um campo extremamente heterogêneo, elegemos três elementos presentes no chamado campo midiático considerados relevantes e que contribuem para entendimento desse fenômeno: a representação social, a subjetividade e a mediação.

### **1.1. A representação social**

É fundamental verificar no discurso da grande imprensa a sucessão de representações sociais responsáveis por imprimir “imagens/sentidos” às crianças e aos adolescentes e à condição/contexto em que eles estão inseridos, ou seja, como crianças e adolescentes são retratados pela mídia e, conseqüentemente, são vistos pela opinião pública. Análises do conteúdo da produção da mídia mostram que geralmente as crianças e adolescentes são subrepresentados e suas vozes raramente são ouvidas, sendo apresentados unicamente por meio de uma visão, em geral, distorcida que um adulto tem deles.

Uma exceção à regra está no noticiário policial, de violência ou segurança, espaço em que crianças e adolescentes são frequentemente associados a crimes, tanto como vítimas como responsáveis. Pesquisas realizadas no Brasil e no exterior apontam

---

<sup>4</sup> O primeiro debate aconteceu em Fortaleza (CE) com representantes do Coletivo Intervozes e do jornal O Povo, sobre como a grande imprensa retrata crianças e adolescentes. O segundo debate aconteceu em São Paulo e tratou sobre alternativas em Educomunicação e a experiência da Revista Viração. Além desses, a Anced tem participado de diversos encontros para tratar sobre marcos regulatórios e outras questões relativas ao tema mídia e direitos humanos.

mesmo para um desequilíbrio da cobertura em relação a temas como saúde, educação, políticas públicas e outros que envolvem crianças tanto quanto a segurança pública. Agregado a isso está o fato de que no Brasil, sobretudo nos veículos regionais, há uma prevalência de crianças pobres, negras, oriundas de famílias aparentemente desestruturadas, o que estabelece uma relação causal direta entre crianças, jovens, violência e fatores como pobreza, raça, etnia, etc.

Não é difícil concluir que tal representação, além de afastar crianças e adolescentes das discussões sobre saúde, educação e outros temas gerais, os põe como responsáveis pela violência, uma ameaça e um problema social a ser sanado, além de reforçar que a questão é consideravelmente mais grave se a criança for pobre, moradora de um bairro de periferia ou nascida em uma família tida como não convencional.

Desse entendimento deriva algumas categorias de representação, em geral recorrentes nos veículos de comunicação<sup>5</sup>:

- A criança e o adolescente como objetos de proteção social:  
Corresponde a práticas assistencialistas, amparadas por valores cristãos e humanitários. Os principais destinatários dessa representação são crianças pequenas, de 0 a seis anos.
- A criança e o adolescente como objetos de controle e de disciplinamento:  
Concebe crianças e adolescentes como cidadãos produtivos e subordinados, que, para não se marginalizarem, devem ser inseridos em programas de profissionalização com baixa remuneração. Aqui surgem naturalmente meninas e meninas que buscam o primeiro emprego, apresentam dificuldades de escolarização e vivem em áreas onde o controle estatal se faz presente por meio, sobretudo de aparelhos de repressão, como a polícia.
- A criança e o adolescente como objetos de repressão social:  
Aqui se colocam os adolescentes a quem se atribui a prática de ato infracional, retratados, via de regra como perigosos à ordem estabelecida. Nessa representação muitas vezes são encaixados ainda moradores de periferias e bairros representados como “violentos”.

## **1.2. Mediação e subjetividade**

Além da criação de sentidos/representações, a mídia é eminentemente um espaço de mediação. A sociedade recebe diariamente informações filtradas por um grupo de profissionais a quem se atribui a capacidade de presenciar um fato - inicialmente restrito àqueles que o vivenciaram - e transformá-lo em um acontecimento social - uma notícia de interesse público.

Embora revestidos de uma suposta imparcialidade, esses comunicadores - em geral jornalistas e radialistas profissionais - são mesmo, como qualquer outro grupo social ou profissional, frutos da sociedade em que vivem. Ora, se a sociedade brasileira ignora a cidadania de crianças e adolescentes, discrimina negros, mulheres, crianças, pobres, velhos e qualquer outro grupo em situação de vulnerabilidade, inclusive sobrepondo tais preconceitos, por que estariam os comunicadores isentos de também serem discriminadores? E é óbvio que o são, assim como é óbvio também que, sendo a objetividade jornalística uma falácia, o resultado de suas manifestações também são discriminadoras.

---

<sup>5</sup> Extraído do artigo A tessitura social brasileira contemporânea e os diferentes significados da criança e do adolescente: algumas anotações. De autoria da professora Ângela Araripe, foi publicado em Comunicação e Infância, o papel da imprensa na garantia dos direitos de crianças e adolescentes. Cedeca-Ceará e UNICEF. Fortaleza, 2008.

Jornalistas não são diferentes de médicos que se negam a atender indigentes, de professores de escolas públicas que proíbem a entrada de alunos sem uniforme, de empregadores que pagam menores salários a mulheres, ou de qualquer outra pessoa que segura sua bolsa ao avistar um negro vindo em sua direção em uma rua escura. A diferença - considerável - é que o preconceito desse grupo profissional, não gratuitamente chamado de formadores de opinião, se escancara todos os dias nas páginas dos jornais e programas e se sedimenta entre a população por causa do chamado *agenda setting*<sup>6</sup>, tornando-se eixo transversal de discussão a todos os setores sociais. Além disso, como já dito, com o aumento do monopólio e alcance das empresas de comunicação, os veículos estão se auto-entitulando de forma cada vez mais absoluta os principais representantes da sociedade, que, por sua vez, tem apenas legitimado tal papel, permitindo que a mídia seja seu espaço de manifestação quase exclusivo.

A gravidade da manifestação preconceituosa na imprensa acentua-se, também, porque todos, de uma maneira ou de outra, depositam na imprensa a esperança de que ela possa contribuir com o fim dos preconceitos e discriminações contra grupos historicamente excluídos e/ou em situação de vulnerabilidade - o que não é de toda uma esperança injustificada, porém é um fardo que a mídia brasileira tem se mostrado incapaz de suportar, por vários motivos.

Os movimentos de mediação e representação produzidos atualmente na mídia brasileira criam uma perigosa “ficção”, mas, contrariamente à literatura, os meios de comunicação não deixam claro ao que vêm. A mídia atravessa a realidade como uma subjetividade e acessa as pessoas por meio de uma impessoalidade, mas em geral apaga seres humanos para criar personagens, obrigatoriamente distantes do original. Do outro lado, o leitor/telespectador/ouvinte não possui mecanismos para desvendar tais relações e por isso é levado a crer que os simulacros que lê ou vê nos noticiários é a descrição fiel à realidade. E assim se constroem “verdades”. Receptores de mensagens jornalísticas acabam por acreditar que adolescentes que cometem ato infracional são delinquentes irrecuperáveis, que meninas exploradas sexualmente o são porque provocaram, que meninos mortos por grupos de extermínio mereceram a violência, ou – numa direção aparentemente inversa, mas não menos nociva - que todos esses são coitadinhos e merecem nossa misericórdia, se assim a mídia os representar, o que, via de regra, tem acontecido.

### **O direito à comunicação e o monopólio da informação no Brasil**

O debate sobre a inadequação dos meios de comunicação e a necessidade urgente de democratização acontece nas sociedades ocidentais há pelos menos 200 anos. Neste tema é preciso começar falando de números e concentração. Embora o monopólio empresarial seja proibido no Brasil, no campo das comunicações, ele é fato inquestionável, e não apenas na propriedade, mas também na audiência e na verba publicitária. De modo geral, oito<sup>7</sup> grandes grupos empresariais dominam as comunicações no Brasil. A rede Globo, por exemplo, chega a mais de 99% dos aparelhos de TV no Brasil, com cinco emissoras próprias e 108 afiliadas que alcançam todas as regiões do Brasil e mesmo os municípios mais distantes das capitais, o que resulta em mais 50% de audiência na TV aberta. O segundo lugar fica com o Grupo SBT, que chega a 24% dos aparelhos - ou seja, apenas dois grupos concentram 75% da

<sup>6</sup> Fenômeno pelo qual os assuntos tratados pela imprensa se tornam a pauta de discussão de todos na sociedade.

<sup>7</sup> Globo, SBT, Abril, RBS, Grupo Folha, Grupo Estado, Editora Abril e Rede Bandeirantes. Dados extraídos da publicação *Direito à Comunicação no Brasil*, produzido pelo Coletivo Intervenções com referências à dissertação de mestrado do jornalista Samuel Possebom.

audiência na TV aberta brasileira. Na questão do faturamento em verba publicitária, a Rede Globo faturou em 2004, o equivalente a R\$ 8,2 bilhões<sup>8</sup>. Outro aspecto da concentração da comunicação está na chamada propriedade cruzada, quando um mesmo grupo controla diversos segmentos de comunicação, como o grupo Record, que detém TV's, canais de internet e emissoras de rádio. Por fim, a concentração se repete nos Estados, com diferentes grupos empresariais - regionais, mas proporcionalmente tão poderosos quanto seus pares nacionais -, entre eles o Grupo Edson Queiroz no Ceará ou as Organizações Rômulo Maiorana, no Pará, estes detentores de TVs, rádios, site e empresas de entretenimento.

Muitos são os problemas da concentração da comunicação entre um número restrito de empresas. Um deles é o fato de o debate público sobre comunicação ter se deslocado da esfera pública para a esfera privada. Hoje, não é mais a sociedade que defende a liberdade de expressão, mas as empresas. Essa situação transformou os grupos privados em arautos da liberdade de expressão e aqueles que são contra o poder absoluto em defensores da censura, contrários à liberdade de expressão - "transferida" pela sociedade às empresas. É óbvio que tal estado de coisas cria obstáculos à liberdade de expressão, primeiro porque meios de comunicação não são neutros, portanto não circulam todos os diferentes pontos de vista. Segundo porque, inseridos na lógica de mercado, o acesso aos meios de produção e distribuição pertence aos detentores do capital, distanciando-se de setores excluídos ou, quando muito, utilizando-os como objetos na lógica mercantil - como fazem, por exemplo, programas de televisão sensacionalistas que amparam as verbas publicitárias na audiência interessada na exposição de dramas familiares, crimes e outras situações trágicas.

### **A 1ª Conferência Nacional de Comunicação e as diretrizes para a mudança**

Vários aspectos podem ser trazidos ao tema, no entanto, neste momento, o foco da discussão se concentra em dois elementos distintos, mas absolutamente complementares: desenvolvimento e validação de instrumentos capazes de neutralizar o poder (hoje) absoluto das empresas de comunicação e a implementação de ações que visem preparar a sociedade brasileira a exercer seu Direito à Comunicação, gerando conteúdo e, de fato, acesso às plataformas e meios de comunicação. Em ambos os casos é fundamental o envolvimento da sociedade civil e, sobretudo, do Estado, já que a afirmação da comunicação como direito lhe cria obrigações para garantir o acesso universalizado.

A realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação, convocada pelo Governo Federal em dezembro de 2009, veio na direção de uma discussão histórica e significou um passo importante para criar uma agenda de discussão e implementação de ações rumo à democratização. Entre as prioridades está a definição de bases para regulamentação dos artigos 220, 221 e 223 da Constituição Federal, relativos às comunicações no Brasil. O primeiro define a proibição de monopólios e oligopólios e se complementa com o artigo 223, que atende à necessidade de estabelecimento de sistemas público, privado e estatal de comunicação complementares entre si. O artigo 221 reúne questões relativas a cotas de programação regional e independente, o que leva os veículos a terem que destinar parte de sua programação/conteúdo a esse tipo de produção, além de material educativo e cultural, que respeite e inclua questões étnicas, raciais, étnicas e de gênero.

Na linha de fortalecimento da comunicação descentralizada foi aprovada proposta que prevê o fim da criminalização das rádios comunitárias, que hoje

---

<sup>8</sup> Intermeios. [www.intermeios.com.br](http://www.intermeios.com.br)

funcionam de forma clandestina no Brasil, inclusive prevendo anistia a comunicadores condenados e reparo a rádios danificadas. Com relação à internet, houve um esforço para que a banda larga passe a ser um serviço público universal, considerando que a internet se tornou o principal instrumento para democratização da comunicação, mas ainda tem acesso restrito em grande parte por questões técnicas. Em relação às redes sociais e comunicação digital, há um movimento também para que todos os produtos desenvolvidos com recurso público devam ser livres de licença, sendo de uso e domínio público<sup>9</sup>.

É possível dizer que a implementação de marco legal que enseje uma comunicação útil à afirmação dos direitos humanos pede como desdobramento a criação de mecanismos de controle social sobre a mídia, essenciais para enfrentar um cenário em que o cidadão não consegue se defender dos abusos cometidos pelos meios de comunicação - com a extinção a Lei de Imprensa, perdeu-se até mesmo a regulamentação do direito de resposta previsto na Constituição. A discussão é difícil, numa área em que qualquer movimento nesse sentido é rapidamente identificado como censura, atentado à liberdade de expressão. Foi o que aconteceu, por exemplo, com a discussão há alguns anos da criação de Conselho Nacional de Comunicação e órgãos similares nas instâncias estadual e municipal, para acompanhar e criar parâmetros éticos para as comunicações. Órgão indispensável, o Conselho voltou a ser proposto pela Conferência. Nessa área também são discutidos a criação de instrumentos pela sociedade civil, como observatórios de mídia, iniciativas de apoio à qualificação profissional, centros de pesquisa em mídia e direitos humanos e instrumentos para o fortalecimento de veículos alternativos e produção de conteúdo, com objetivo inclusive de criar projetos e propostas para a sustentabilidade dos veículos, que para serem de fato autônomos devem se manter independentes de cotas publicitárias (hoje a maior fonte de sustentação de muitos veículos, seja a iniciativa privada ou de governos e prefeituras).

### **Educação para mídia e o direito de participação de crianças e adolescentes**

A implementação de instrumentos que estimulem a produção e a distribuição de conteúdos gera uma demanda à sociedade civil, chamada a se inserir em um processo de “educação para a mídia”, princípio que reúne pressupostos pedagógicos capazes de fornecer aos indivíduos instrumentos para uma leitura crítica dos conteúdos produzidos pelos grandes meios e, além disso, fomentar as experiências e criação de conteúdo voltado para a cidadania e afirmação de direitos.

Há o entendimento de que a educação para a mídia deve ser desenvolvida a partir de uma política integrada que coloque conteúdos sobre o tema desde os parâmetros curriculares nacionais e como eixo transversal nos sistemas públicos de educação formal e na educação não formal, como já acontece em outros países. Além do eixo pedagógico, a educação para a mídia depende do desenvolvimento de uma estrutura técnica, organizada com financiamento público por meio de editais, leis de incentivo, fundos e programas estruturados e políticas públicas duradouras voltadas para a implementação de laboratórios de comunicação nas escolas, telecentros, criação de núcleos comunitários nos bairros, pontos de cultura/de mídia, etc. Para funcionar adequadamente, estes chamados espaços de produção cidadã devem ser geridos por conselhos públicos com participação majoritária da sociedade civil e estar integrados entre si e a espaços de distribuição que promovam veiculação e circulação.

---

<sup>9</sup> A passagem de uma obra para o domínio público pressupõe o fim dos direitos econômicos do autor sobre ela, mas não dos direitos morais, que são inextinguíveis. Ninguém pode atribuir a si mesmo a autoria da obra de outrem.

A maioria dos eixos discutidos e/ou aprovados durante a 1ª Conferência de Comunicação faz menção direta ou indireta à necessidade de um conteúdo de comunicação que respeite a condição peculiar de crianças e adolescentes e atente ao direito de participação, incentivando que a parcela da sociedade nessa faixa etária produza comunicação afinada com suas demandas e possa se inserir no movimento que prevê a regulamentação da publicidade para o público infanto-juvenil, garantir o cumprimento da classificação indicativa, acompanhar a regulamentação sobre trabalho de crianças e adolescentes em produções midiáticas e garantir o respeito aos artigos do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) voltados à proteção da imagem e promoção de um desenvolvimento saudável.

### **O que fazer? Unir-se ao movimento.**

Engana-se quem pensa que o movimento pela democratização da comunicação e afirmação da comunicação como direito é pequeno, incipiente ou pouco organizado no Brasil. Realmente abafado pelos grandes grupos de comunicação, a massa de organizações na maré contra-hegemônica é comparada a um vulcão prestes a causar um abalo considerável. Em escalas menores, isso vem ocorrendo já há alguns anos - a conquista da classificação etária e a Conferência de dezembro são sinais de que algo vai abalar estruturas até hoje sólidas. A cada dia aumenta o número de teóricos e comunicadores convencidos de que, graças aos novos recursos tecnológicos, cresce a rede - ou as redes - de pequenas iniciativas não centralizadas - mas bastante substanciais - capazes de se contrapor à informação única. Nessa linha surge o que alguns chamam, por exemplo, de jornalismo cidadão, movimento que já tem abalado - ainda lentamente - o bolo publicitário de alguns veículos e os feito se adequar a uma realidade que já está posta, criando canais de comunicação com leitores/telespectadores.

Esse mesmo movimento tem disseminado informação, contribuindo para divulgar veículos e iniciativas que apresentam a seus leitores/telespectadores notícias sob um ponto de vista, em geral, ausente na mídia tradicional. Além disso, há também um conjunto de organizações - ao qual a Anced se une - produzindo e divulgando muita informação sobre o que é Direito à Comunicação e como se envolver na empreitada para torná-lo cada vez mais próximo de todos os cidadãos. Abaixo, indicamos alguns deles, uma lista inacabada, mas que, a cada dia, cresce um pouco mais:

Associação Mundial das Rádios Comunitárias (Amarc)  
Agência de Notícias dos Direitos da Infância  
Revista Viração  
Coletivo Intervezes

## Referências bibliográficas

- ARARIPE**, Ângela. A tessitura social brasileira contemporânea e os diferentes significados da criança e do adolescente: algumas anotações, publicado em Comunicação e Infância, o papel da imprensa na garantia dos direitos de crianças e adolescentes. Cedeca-Ceará e UNICEF. Fortaleza, 2008.
- BUCCI**, Eugênio. Sobre ética e imprensa. Editora Companhia das Letras. São Paulo, 2004.
- CANELA** Guilherme (organizador). Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo. Editora Cortez. São Paulo 2008.
- CARLSSON**, Ulla. **FEILITZEN**, Cecília Von (orgs). A criança e a Mídia. Imagem, educação e Participação. Editora Cortez. UNESCO. Infância e Comunicação. Uma agenda para o Brasil.
- CHAUI**. Marilena. Simulacro e Poder – uma análise da Mídia. Editora Fundação Perseu Abramo. 2007. São Paulo.
- COIMBRA**, Oswaldo. O texto da reportagem impressa - um curso sobre sua estrutura. Editora Ática. São Paulo, 1993.
- COSTA**, Caio Túlio. Ética, jornalismo e nova mídia - uma moral provisória. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 2009.
- Le Monde Diplomatique Brasil**. Federico Nogueira. Democratização da Informação - Os novos desafios do jornalismo. Edição 23/junho de 2009. páginas 34/35.
- Bernard Stiegler. Indústria Cultural - Desejo asfixiado. Edição 30/janeiro de 2010. página 04
- Coletivo Intervezes. Conferência Nacional de Comunicação - O Controle da Mídia em debate. Edição 25/agosto de 2009. Coletivo Intervezes. Páginas 34/35.
- NOBLAT**, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. Editora Contexto. São Paulo, 2003.
- ROVAI**, Renato. Midiático Poder. O caso Venezuela e a guerrilha informativa. Editora Publisher Brasil, 2007.
- WEBER**, Max. A Política como vocação. Editora da UnB. Brasília, 2003.
- UGARTE**. David de. O poder das redes. Edipucrs. Porto Alegre 2008.