

Política e Mídia: Salvador na Era dos Plurais¹

LUCIANA SILVA SANTOS²
(*Universidade Estadual da Bahia*)

Resumo

Este texto apresenta o resultado de uma pesquisa sobre a construção da imagem pública da Prefeitura de Salvador, na gestão Lídice da Mata, pelo telejornal local BA TV 2ª Edição, através do agendamento das notícias, estabelecendo uma relação entre a fragmentação das metrópoles e influência da mídia nas condições de governabilidade.

Palavras-Chave: agendamento, administração municipal, telejornal local.

Resumen

Este texto presenta los resultados de una pesquisa sobre la construcción de la imagen de uno gobierno municipal por uno telediario regional com el agenda de las noticias, estableciendo uno vínculo entre la fragmentación de las metrópolis y la influencia de la televisión en las condiciones de el gobierno.

Palabras-Clave: agenda, gobierno municipal, telediario regional.

Abstract

This text presents the result of a research about the image's construction of a municipal administration by a local TV news program through the news agenda, establishing a relation between the fragmentation of the metropolis and the media influence over the governability conditions.

Keywords: agenda-setting, municipal administration, local TV news program.

¹ ORIGINAL RECEBIDO PELO CONSELHO EDITORIAL NO DIA 10/12/1998.

² Vencedora do Prêmio INTERCOM 98, na categoria Graduação, com o trabalho aqui reproduzido, a autora é bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual da Bahia, atuando com organização de eventos culturais na Universidade Estadual de Feira de Santana, onde ocupa o cargo de Relações Públicas após aprovação em concurso público.

Introdução

Na sociedade contemporânea, emerge a necessidade da redefinição de conceitos derivados do alcance da percepção e da atuação do homem no espaço.

O conceito de lugar necessita de uma redefinição que abarque as nuances da sociabilidade moderna. Para Ana F. A. Carlos³, o lugar, como produto da atuação direta do homem através da configuração das relações sociais, é fruto da forma como se apresentam a tradição, as correlações de força e as crenças, já que é no lugar que se apresenta a unidade da vida social. A concepção de lugar também vai se refletir na mundialidade. Segundo Ana F. A. Carlos⁴, a inserção dos diversos campos da sociedade na cultura globalizante pode se dar de forma homogênea, porém é o lugar, sob a forma de característica regional, que vai determinar em que medida estes campos vão se incorporar à mundialização da cultura ou o contrário, até que ponto a cultura mundial vai absorver essas características regionais. A ingerência do homem na estruturação do lugar se dá em maior grau quanto maior for sua participação na construção dos produtos sociais, quanto mais amplo for seu acesso ao lugar como um todo.

Nas grandes cidades, o indivíduo tem reduzido o espaço por ele apropriável, o alcance espacial e cognitivo da lógica do lugar é delimitado pela vivência e/ou pela televivência do sujeito. As grandes cidades são compostas de vários espaços socialmente definidos, de vários lugares estabelecidos segundo a ingerência de cada cidadão no universo a que pertence. Desta forma, o universo das grandes cidades é fragmentado, emergem várias cidades com suas micrológicas, representadas por relações de poder específicas que delineiam o aspecto identificatório de cada comunidade dentro de um todo denominado metrópole.

A nova realidade das cidades se reflete na construção da opinião do indivíduo sobre os temas levantados nos campos sociais. A própria fragmentação do real, estabelecida devido ao enorme fluxo de informações a que o indivíduo tem acesso e ao ritmo da vida moderna, não incentiva um amadurecimento da opinião. Da mesma forma, na maioria das vezes o cidadão terá acesso físico apenas à parcela da cidade que compartilha, à fatia pertencente ao seu universo cotidiano, à "cidade" da qual faz parte, não tendo uma noção objetiva do todo da metrópole, dos processos sociais que se estabelecem em outras áreas, das reais necessidades de campos outros que não o seu.

Neste contexto, a gestão das metrópoles vai se dar de forma peculiar, diferentemente de décadas atrás. Existe o desafio de ter que apresentar diversificação do conteúdo dos programas e das estratégias de ação de forma a contemplar as necessidades de cada uma das "cidades" que a compõe, administrando para o todo gerindo as partes, atuando de forma a

³ Carlos, Ana Fasani Alessandri, Editora HUCITEC, São Paulo, 1996, p.29

⁴ Idem, p.29

garantir o bem comum, atendendo às necessidades particulares de cada espaço. Provém daí a necessidade de estabelecer em cada território onde se configurem os espaços sociais um elo de ligação com o todo, garantindo às diversas partes da metrópole a consciência de fazer parte de um universo comum, representado pela gestão.

Na estrutura contemporânea das metrópoles é imprescindível a existência de canais que possibilitem, a todos os espaços e lugares social ou territorialmente definidos, a objetivação da gestão. Os meios de comunicação de massa funcionam como canal de interligação dos diversos espaços sociais, como "objetivadores" da gestão administrativa no universo simbólico do cidadão, na medida em que divulgam recortes dos mais variados tópicos do cotidiano urbano, criando um mosaico do que seria a metrópole e de que forma está sendo processada sua gestão. Para o cidadão pertencente a um espaço social ou territorialmente definido, a gestão da metrópole é cotidianamente abstrata, só se concretizando a partir do momento que integra um espaço subjetivo, no caso, os meios de comunicação.

Dentre os meios de comunicação, o que tem o maior alcance no poder de construção e definição do mosaico é a televisão. A televisão cria um "colcha de retalhos" que representaria o real e o objetivo a partir da apresentação de pedaços da metrópole. Essa "colcha de retalhos" é feita, em maior amplitude, pelos telejornais, onde a reportagem traz a parcela de cada característica dos variados espaços nos variados campos - político, social, cultural, econômico - para o conhecimento do cidadão.

Segundo Mauro Wolf⁵, os meios de comunicação de massa teriam o atributo de estabelecer os tópicos do cotidiano em que o cidadão deveria deter-se, ou os temas que deveriam ser discutidos em detrimento de outros, sendo esse efeito agendamento cumulativo, só possuindo reflexos visíveis a longo prazo. Para Wolf, maior é a relevância do efeito agendamento quanto maior for a desvinculação do cidadão com o assunto abordado, ou o contrário, quanto maior a centralidade do tema - o domínio que o indivíduo tenha a respeito do tema - menores são as conseqüências do efeito agendamento, pois o nível crítico e de familiaridade com o assunto afasta a possibilidade de não discussão ou discussão demasiada de um tema que não faça parte do contexto do indivíduo.

O impacto do efeito agendamento possibilita muitos reflexos políticos e, por vezes, administrativos. Ao telejornal passa-se a designar a missão de deixar "ver" a cidade, de indicar de que forma está sendo e como deve ser administrada para garantir a harmonia do conjunto. Daí surgem duas nuances passíveis de análise. A primeira é que ao telejornal local é atribuído um peso de indicador do bem estar da cidade a depender da natureza das notícias que são divulgadas. A segunda nuance é a relação entre as notícias agendadas e o comprometimento político do meio. No Brasil, os meios de comunicação radiodifusores têm suas concessões outorgadas pelo Poder Executivo, após análise e crivo do Congresso. Por falta

⁵ Wolf, Mauro. *Teorias da comunicação*, Editorial Presença, Lisboa, 1994

de critérios objetivos que impeçam o monopólio, as emissoras de rádio e televisão no Brasil estão concentradas em mãos de pequenos grupos e, em grande parte, são de propriedade de políticos tradicionais e/ou seus familiares e sócios.⁶

O agendamento das notícias nos meios radiodifusores, marcadamente na televisão, como instrumento de formação ou influência da opinião do público, a longo prazo, torna-se um canal constante de propaganda política permanente e não raramente é imposto o silêncio às opiniões divergentes. A inclusão de determinados temas e a marginalização de outros constrói um específico cenário de discussão política em torno de um aspecto configurado e de previsíveis proporções.

Diante do contexto apresentado, tomamos como objeto de estudo a construção da imagem pública da Prefeitura de Salvador na gestão Lídice da Mata (93/96) pelo telejornal local noturno da TV Bahia, o BA TV 2ª Edição, devido à peculiaridade com que se apresentaram conceitos como inter-relação entre fragmentação da metrópole, impacto do efeito agendamento e monopólio dos meios de comunicação por grupos políticos.

Descrição da Pesquisa

A pesquisa foi realizada tendo como fonte de dados: entrevistas realizadas com a Assessora de Comunicação da Prefeitura na Gestão Lídice da Mata, Carmela Talento, e com o gerente de Jornalismo da TV Bahia, Carlos Libório; análise quantitativa e de conteúdo de amostras do telejornal local BA TV 2ª Edição.

A primeira etapa consistiu na obtenção das amostras do telejornal a serem analisadas. O telejornal local BA TV 2ª Edição era exibido às 19:00h com duração de 30 minutos, distribuídos em três blocos sem temáticas fixas. Foram gravados programas alternados durante a semana no período de 1993 a 1995, computando-se apenas as notícias relativas à administração municipal, à manutenção e conservação da cidade, a eventos direta ou indiretamente ligados à administração municipal e aos serviços que tivessem-na como prestadora. Para a pesquisa foram analisadas 18h15'46" do telejornal exibido entre 1993 e 1995.

A segunda etapa consistiu na análise de conteúdo das amostras obtidas considerando o enunciado da notícia, expresso pelo verbal (termos e palavras empregadas para adjetivar e conceituar fatos apresentados e entrevistas selecionadas para compor as matérias) e pelo não-verbal (expressões fisionômicas dos apresentadores e recortes dados às imagens).

De posse da análise quantitativa e qualitativa das amostras do telejornal

⁶ Segundo o texto "Controle e Manipulação da Mídia (no Brasil e no mundo)" de Erasmo de Freitas Nuzzi in *Documentos ABECOM*, ano 02, número 04, agosto de 1995, "No Brasil, afora outros grupos ou famílias de menor expressão (mas sempre poderosas em sua região), os meios impressos e eletrônicos são dominados por quinze empresas as quais controlam 90% da mídia nacional!"

e com base na análise das entrevistas realizadas foi estabelecida a configuração predominante na relação BA TV 2ª Edição e Gestão Lídice da Mata e a correlação dessa configuração com a construção da imagem da administração municipal.

Metodologia da Pesquisa

As notícias foram classificadas em três categorias: a) contra a administração municipal, que seriam as notícias cujo enunciado possuisse teor acusatório ou de denúncia em relação a alguma atitude administrativa ou serviço da prefeitura sem a inclusão de resposta ou pronunciamento dos setores enfocados sobre o fato; b) neutras, que seriam as notícias em que o enunciado não se refere negativamente à administração municipal; c) a favor da administração, que seriam as notícias que apresentassem a atuação administrativa da Prefeitura em alguma área.

As amostras obtidas tinham a seguinte configuração: em 1993, das 6 horas, 31 minutos e 15 segundos coletados, 0,76% foram classificados como a favor, 88,3% como contra e 11% como neutros. Em 1994, das 4 horas, 27 minutos e 64 segundos coletados, 1,20% foram classificados como a favor, 90,47% como contra e 8,45% como neutros. Em 1995 (janeiro a julho), das 7 horas, 16 minutos e 27 segundos coletados, 0,46% como a favor, 89,23% contra e 10,31% neutros.

Análise dos Dados

Para melhor compreensão da conjuntura presente no momento da análise, faz-se necessária uma breve exposição sobre a forma como se estabeleciam as relações de força política na cidade do Salvador, no momento em que se iniciou a gestão aqui analisada.

O cenário político baiano, a partir de um delineamento mais claro dos seus personagens políticos, é marcado, desde a década de 70, pelo binômio *carlismo* e *anticarlismo*. A existência dessa dicotomia é atribuída à forma marcante de atuar politicamente do atual senador Antônio Carlos Magalhães, integrante do Partido da Frente Liberal, presidente do Congresso Nacional, ex-prefeito de Salvador e ex-governador do Estado por três vezes, em torno do qual se estrutura o grupo denominado carlista. Atualmente figura de referência na política regional e nacional, sedimentou suas bases políticas através da articulação e aliança entre a oligarquia rural do interior do estado e a burguesia industrial por ocasião da industrialização baiana, marcada pela construção do Pólo Petroquímico de Camaçari.

A família do senador Antônio Carlos Magalhães é proprietária da Rede Bahia, composta por rádios, jornais, empresas publicitárias, cinco retransmissoras no interior do estado (TV Oeste, TV Sudoeste, TV Santa Cruz, TV Norte e TV Subaé) e pela afiliada da Rede Globo em Salvador, a TV Bahia, produtora e transmissora do jornal BA TV 2ª Edição.

O grupo denominado "anti-carlista" é composto por forças diversificadas que agrupam desde latifundiários remanescentes das famílias dissidentes do carlismo e alguns empresários, detentores de meios de comunicação ou não, até a partidos e organismos do espectro da esquerda.

Nesse contexto político, se estabelecem os embates ideológicos e eleitorais que caracterizam a política no estado da Bahia, refletidos de forma mais nítida na cidade do Salvador, capital do estado, na qual foi concentrado o estudo.

Ao iniciar a gestão da cidade de Salvador em 1993, Lídice da Mata se deparou com uma metrópole dividida em diversos espaços físicos e simbólicos que tinham na estrutura midiática local o canal simbólico de ligação da metrópole com o cidadão.

O BA TV 2ª Edição é um telejornal local noturno, transmitido entre dois blocos de novelas geralmente por volta das dezenove horas, quando não há mudança na programação nacional. O telejornal é geralmente dividido em três blocos de notícias e sua apresentação cenográfica obedece a um padrão nacional das filiadas da Rede Globo. Produzido e transmitido pela TV Bahia, o BA TV 2ª Edição é situado em um horário visto como estratégico, considerando que, além de intercalar dois tópicos da programação nacional, sua transmissão se dá em um horário em que o número de telespectadores é grande, chegando a cerca de 54% de audiência, segundo informações de sua assessoria de imprensa.

Após a eleição e posse da prefeita Lídice da Mata, foi observado que o telejornal passou a seguir uma linha editorial em que as notícias divulgadas direcionavam-se quase que constantemente para as falhas da gestão da cidade, o que não seria fato merecedor de análise se à administração fosse concedido o espaço para o debate, ou seja, se a notícia fosse composta pela apresentação dos dois pólos: a denúncia e a defesa. Porém, o telejornal mantinha a estrutura de monólogo quando se tratava dos assuntos de interesse da cidade e da população. Esse aspecto é melhor observado se fizermos uma análise do conteúdo do telejornal ao longo dos 4 anos de gestão da prefeita Lídice da Mata. O enunciado das notícias obedecia a uma constante utilização de palavras-chave como "abandono", "descaso", "insatisfação da população". Também era constante a emissão de opinião por parte do atual senador Antônio Carlos Magalhães - que de 1990 ao início de 1994 ocupou o cargo de governador do estado - sobre temas que iam de greve no sistema de transporte coletivo no município até a avaliação da postura da prefeitura quanto a acidentes provocados pelas chuvas ou organização do Carnaval. Entre 1993 e 1995, a prefeitura de Salvador realizou um trabalho de análise e catalogação das notícias veiculadas pela mídia televisiva em que foi registrado todo o material exibido nos telejornais locais a respeito do cotidiano da cidade e da sua gestão.

Da análise desse material escrito e gravado em vídeo, pudemos constatar que o enfoque majoritário das matérias do BA TV 2ª Edição desenhava um cenário de acefalia da administração frente aos problemas ali mesmo demonstrados, o mesmo discurso que agendava quais os proble-

mas concretos e prioritários da metrópole demonstrava que não havia sobre eles qualquer intervenção oficial.

Isto pode ser verificado através de uma matéria, veiculada em agosto de 1996, em que o vice-governador Cesar Borges é entrevistado sobre um desabamento motivado pelas chuvas e declara textualmente que, apesar de não ser responsabilidade do governo estadual, estava ali para intervir no problema, face à ausência da administração municipal, que omitir-se. A própria prefeita Lídice da Mata estava no local, comandando uma equipe de técnicos da Codesal (Companhia de Desenvolvimento de Salvador) e aparecendo no mesmo ângulo de câmera que o vice-governador.

Fazendo uma análise comparativa com outros telejornais, pudemos constatar que alguns tópicos também sofriam ênfase de outras emissoras em determinadas épocas ou a depender do contexto, porém a atuação da prefeitura também era retratada pelos demais telejornais quando indicava melhoria em alguns setores.

A prefeitura de Salvador, quando do recebimento do prêmio da UNESCO pelo trabalho empreendido com as crianças de bairros carentes da cidade, foi ponto de pauta em diversos meios de comunicação, porém o fato não chegou a ser divulgado pelos telejornais da TV Bahia. Por ocasião da visita da primeira-dama dos Estados Unidos, Hillary Clinton, podemos constatar de agendamento devido à comparação com outros telejornais. Enquanto o Aratu Notícias (CNT) e o TJ Bahia (SBT) fizeram a cobertura de toda a visita da primeira-dama em Salvador, acompanhando-a à visita ao Circo Picolino (Projeto Axé) pela manhã, ao Projeto Cidade Mãe (Prefeitura de Salvador) à tarde e ao Pelourinho à noite em companhia do governador do estado, o telejornal BA TV 2ª Edição apenas divulgou a matéria da visita feita ao Circo Picolino e ao Pelourinho, omitindo a visita feita ao Projeto Cidade Mãe, programa de assistência a menores carentes.

Segundo Carmela Talento, assessora de comunicação da prefeitura de Salvador dos dois últimos anos da gestão de Lídice da Mata, a prefeitura de Salvador não possuía uma política de comunicação nos dois primeiros anos de governo que desse conta do efeito do posicionamento dos telejornais da TV Bahia na opinião pública. O resultado disso foi a busca de contrapor a imagem que foi sendo incutida na prefeitura através da utilização de outras mídias, a exemplo dos *outdoors*, panfletos, jornais, programas de rádio - programa "A Hora da Verdade", veiculado também em 35 rádios comunitárias de Salvador -, valorizando as ações efetuadas pela prefeitura com o slogan "A prefeitura está fazendo. É um direito seu saber."⁷

O efeito do agendamento se apresentava quando da divulgação das pesquisas realizadas sobre as prefeituras no Brasil, nas quais a prefeita

⁷ Segundo Carmela Talento a maior dificuldade para a prefeitura de Salvador contrapor o posicionamento da TV Bahia foi a falta de recurso que viabilizasse uma comunicação agressiva com alcance nos diversos níveis da sociedade soteropolitana, considerando que só as inserções na mídia televisiva para propaganda institucional custam na TV Bahia por volta de R\$ 2.500 por minuto a depender do horário que se dê, sem contar os gastos na elaboração do vídeo. Para ela a comunicação institucional tem que ter um lugar privilegiado na feitura do orçamento municipal, considerando ser de vital importância para garantir visibilidade à administração e suas ações.

Lídice da Mata figurava entre os piores administradores. Porém um fato contraditório se apresentava nessas mesmas pesquisas, quando eram avaliados pela população os serviços prestados pelas administrações municipais. Serviços como transporte coletivo e programas de saúde de Salvador figuravam dentre os melhores do país. Daí se conclui que, na observância dos serviços, desvinculando-os da imagem da administração, a opinião pública apresentava-se favorável a aspectos da gestão, declarando-se porém insatisfeita quando argüida sobre a pessoa do administrador.

Neste contexto, observamos que a prefeitura de Salvador e a sua administradora tiveram imagens construídas pela pauta diária do BA TV 2ª Edição, ora pelo silêncio, através da não veiculação de notícias que possibilitassem a visibilidade da atuação da prefeitura em sua totalidade, ora pelo ataque às ações julgadas equivocadas. O silêncio também era imposto através do indeferimento dos pedidos de direito de resposta feitos pela prefeitura diante de matérias consideradas inverídicas pela administração. Conforme coleta de dados feita na pesquisa, foram efetuadas 06 solicitações de direito de resposta entre 30 de junho de 1994 e 18 de abril de 1995, e encaminhadas à TV Bahia através de ofício, cinco delas relativas a matérias divulgadas no BA TV 2ª Edição. Apenas uma foi acatada.

No ano de 1996, quando se estruturavam as forças políticas em torno da eleição para prefeitura de Salvador, o telejornal BA TV 2ª Edição tomou seu enunciado mais agressivo e assumiu uma estrutura de "programa eleitoral", ao cotidianamente alimentar uma pauta em que a inserção da figura do governador Paulo Souto, do senador Antônio Carlos Magalhães e do candidato Antônio Imbassahy se fazia constante, atrelada à inauguração de obras pelo governo do estado ou recebimento de homenagens por segmentos da sociedade civil.

Após as eleições de 1996, que culminaram com a vitória de Antônio Imbassahy (PFL), o telejornal BA TV 2ª Edição modificou o teor da pauta diária passando a retratar com outro enfoque os problemas da cidade, mostrando a atuação da administração municipal no ataque aos pontos considerados estratégicos.

A mudança no enunciado é visível se compararmos fatos semelhantes das duas gestões, a exemplo de matérias sobre os efeitos das chuvas na cidade: no mês de junho de 1995 o BA TV 2ª Edição divulgou várias matérias ressaltando os prejuízos das chuvas para os habitantes de encostas (12/06/95) e o aumento de buracos nas pistas de rolamento (07, 15 e 27/06/95); em junho deste ano, o enfoque das matérias foi a notificação dos moradores das encostas pela SUCOM (Superintendência de Conservação e Obras do Município), realizando um trabalho de prevenção de tragédias através da comunicação às famílias do risco que correm, o recolhimento do lixo, não se detendo no aparecimento dos buracos na pista nem nos deslocamentos de terra que voltaram a ocorrer.

Considerações Finais

A comunicação assume na sociedade contemporânea um importante papel na concepção das metrópoles pelos cidadãos e na visibilidade necessária ao administrador público à medida em que é co-partícipe na construção dos produtos políticos e, por conseguinte, do fazer político.

Diante da existência do monopólio dos meios radiodifusores por determinados grupos e da possibilidade de manipulação política dos mesmos, torna-se necessário à qualquer administração pública que almeje dar visibilidade às suas ações - tornando-se concreta perante os cidadãos das microcidades que compõem a metrópole - a construção de uma política de comunicação que pulverize as mensagens através de variados instrumentos midiáticos. A televisão é apenas um dos meios de comunicação a que o indivíduo tem acesso, existindo um leque diferenciado de instrumentos de comunicação que podem ser utilizados na construção de uma visão ampla da cidade. Percebemos com este trabalho a necessidade de uma administração pública estabelecer uma política de comunicação que privilegie estratégias de relativização do poder da televisão.

A disputa pelo poder em uma sociedade que privilegia a televisão como seu principal canal de informação, sempre a terá como fonte construtora de imagens positivas ou negativas de administrações públicas.

O cidadão passa a maior parte do dia em contato com outros formadores de opinião, com outras vivências que não a midiática televisiva. Uma alternativa de relativização do poder da televisão na formação de uma determinada tendência da opinião pública através do efeito agendamento seria a adoção de estratégias de comunicação que preenchessem o espaço vazio deixado pela televisão durante o período em que não se tem acesso a ela.

A utilização de outdoors, mídias alternativas (rádios comunitárias, transdoors, jornais de bairro, canais a cabo, entre outros) e o embate de discussões político-sociais nas escolas municipais - como parte de atividade curricular em conjunto com a comunidade - e associações de classe e de bairros seriam caminhos a percorrer enquanto não é solucionado o problema do monopólio e utilização dos meios de comunicação para fins políticos privados. Desta forma, o poder de alcance das mensagens veiculadas pela televisão, inegável instrumento potente, pode ser amortecido apresentando-se novos prismas na construção do simbólico e do imaginário coletivo.

O trabalho de comunicação nas cidades tem que ser contínuo e estratégico em casos semelhantes, como forma de amenizar ou anular os efeitos do agendamento de notícias, propiciando à população o conhecimento mais aprofundado possível dos fatos para possibilitar o aguçamento do senso crítico.

Bibliografia

- BOBBIO, Norberto et al. *Dicionário de política*. 5. ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, c.1986.
- BOURDIEU, Pierre. *Lições de aula: aula inaugural proferida no Collège de France*. São Paulo: Ática, 1988.
- _____. *O poder simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. Lisboa: DIFEL, 1989.
- _____. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 1996.
- CÁRCERES, Florival. *História do Brasil*. São Paulo: Moderna, 1994.
- CARLOS, Ana Fasani Alessandri. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CONNOR, Steven. *Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo*. São Paulo: Loyola, 1992.
- GARCIA, Nelson Jahr. *Estado Novo: ideologia e propaganda política*. São Paulo: Loyola, 1982.
- HALLIDAY, Tereza Lúcia (org.). *Ato retóricos: mensagens estratégicas de políticos e igrejas*. São Paulo: Summus, 1988.
- LOSITO, Giani. "Definizione e tipologia degli effetti a lungo termine". In: Revista *Problem Del'Informazione*, ano 8, nº 3, julho-setembro, 1988.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1991.
- MATOS, Heloiza. (org.). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994.
- MORAIS, Francisco. *Chatô: o rei do Brasil*. São Paulo: Círculo do Livro, 1994.
- NUZZI, Erasmo de Freitas. "Controle e manipulação da mídia (no Brasil e no mundo)". *Documentos ABECOM*. ano 2, nº 4, agosto 1995.
- ROSENFELD, Denis L. *A questão da democracia*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- SANTOS, Milton et al. *Território, globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1994.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes, 1984.
- TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1994.