

O Império da Técnica na Mídia: como o sucesso comercial suprime a reflexão no Jornalismo¹

Igor MALLMANN²

Ana Paula da ROSA³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

Este trabalho busca evidenciar e propor um debate acerca do predomínio do aspecto técnico, na visão de Galimberti (2006), na mídia corporativa. O sucesso comercial do empreendimento midiático se sobrepõe ao papel social da comunicação, de informação e reflexão – os anunciantes (meio) vêm antes dos leitores/expectadores (fim). Para tanto, discutimos, à luz da Teoria Crítica, dois fenômenos jornalísticos: as narrativas policiais, especificamente no jornal do SBT, e a cobertura de eventos de dissidência política, analisando a interpretação dos protestos de 2013 e 2014 feita pela mídia tradicional na figura da Rede Globo. No primeiro caso, o sensacionalismo, objetivando a audiência, não permite compreensão da gênese da violência. No segundo, a condição da mídia como membro do sistema político-econômico não permite análise adequada das dissidências na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; técnica; mídia corporativa; alienação; papel social.

1 OS MEIOS SE SOBREPÕEM AOS FINS

A percepção e a crítica às contradições do sistema capitalista são tão antigas quanto o próprio modo de produção. No século XIX tivemos, talvez, o florescimento das mais proeminentes ideologias de resistência, com pensadores de variadas vertentes socialistas, comunistas e anarquistas. O ponto principal, desde sempre, seja, provavelmente, que sendo privados os meios de produção, seus frutos beneficiariam apenas seus detentores, subjugando os demais. A concepção materialista de exploração da relação empregado-empregador – essencialmente advinda do marxismo puro – se alastrou com o passar dos anos, para muitos campos, inclusive bem mais abstratos, como a mídia por exemplo.

¹ Trabalho apresentado ao IJ Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Intercom Sul

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNSINOS, email: igor.mallmann@hotmail.com.

³ Professora orientadora na disciplina de Teoria da Comunicação. Doutora em Ciências da Comunicação pela UNISINOS e mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. Professora do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação na UNISINOS. Email: anaros@unisinoss.com

O que pretendemos, neste trabalho, é refletir sobre a Comunicação Social como empreendimento capitalista, que necessita do sucesso comercial para se manter. Mas, sendo assim, será que a Comunicação merece o “Social” de seu nome? Com certeza, já é uma questão bastante debatida a de que o papel social da mídia entra em rota de colisão com a finalidade ser bem sucedida no sentido capitalista. Orientamos a presente análise, assim, pela Teoria Crítica, concebida na chamada Escola de Frankfurt, no século passado. Suas bases, porém, podem ser encontradas muito antes na história da filosofia, sendo Nietzsche quem decisivamente abriu nossos olhos para as intenções escusas do poder.

O problema pode ser já bem conhecido, mas acreditamos que é sempre válido analisar seu desenvolvimento conforme a mudança de contextos. Assim, traremos a luz dois fenômenos midiáticos atuais em nosso país: a cobertura policial, exemplificada pelo Jornal do SBT, e a abordagem da mídia corporativa nos protestos de junho de 2013 e anti-copa de 2014. Parecem temas distantes, mas o que se quer ressaltar é o comum predomínio dos meios sobre os fins no fazer jornalístico. O sensacionalismo e a desinformação, em nome das “vendas” e da simpatia dos anunciantes, sufocam o entendimento e a reflexão da audiência sobre os fatos narrados.

Busca-se o conceito de técnica do filósofo italiano Umberto Galimberti (2006), para o qual ela é todo o aparato instrumental e tecnológico do homem, além da racionalidade envolvida. Isso, obviamente, inclui a economia. Para Galimberti, chegamos a um ponto em que a técnica deixou de ser um meio a nosso serviço para se tornar nosso patrão, a engrenagem de nosso mundo. O aparato técnico não possui nenhum fim além de se desenvolver até o infinito. É o reino dos meios sem fins, o mais novo gênero de alienação.

Essa concepção planetária, acreditamos, se aplica perfeitamente à mídia, atualmente, onde a potencialização econômica, o lucro, – que deveria ser um meio para seu funcionamento – se torna o único objetivo em detrimento de um papel social de diálogo e compreensão do mundo. Obviamente, a análise adequada de tais problemas renderia vários volumes – na verdade, já rendeu -, sendo que aqui almejamos apenas levantar questionamentos e manter o debate próximo de nossa realidade.

2 COBERTURA POLICIAL: NARRATIVAS PELA METADE

Em sua palestra “Mídia e violência: uma realidade invertida”, ministrada na Unisinos, campus São Leopoldo em 6 de novembro de 2014, o pesquisador e jornalista Marcos Rolim propõe uma reflexão bastante contundente quanto à maneira pela qual a mídia narra o crime. Segundo ele, os crimes mais violentos, como homicídios, apesar de representarem pequena porcentagem das ocorrências, preenchem a maioria do espaço das notícias de polícia – devido ao seu valor-notícia. O problema é que isso incute uma ideia na população de que o mundo é mais perigoso do que realmente é, causando medo, isolamento, incerteza etc. “Só acontecem coisas ruins”, como geralmente se diz.

O que mais nos interessa na fala de Rolim é quando explica que as notícias sobre crimes, em sua esmagadora maioria, narram apenas uma parte da história e muito amiúde apenas por um ângulo – o da polícia (a própria editoria se chama “Policial”). Não é oferecido ao expectador nenhum panorama das causas, as condições das quais resultou tal crime. Busca-se insuflar o medo e o ódio: nós, os “de bem”, nos indignamos com os atos deles, os vagabundos, ladrões. Assim se propagandeiam visões conservadoras, que pensam ser a redução da maioria penal ou a pena de morte soluções para a segurança pública.

Analisemos, agora, algumas matérias veiculadas no Jornal do SBT – telejornal transmitido um pouco mais cedo do que o principal noticiário da Rede Globo. Não é preciso buscar casos específicos: a espetacularização da violência é diária. Citemos alguns temas abordados no mês de novembro de 2014⁴. Temos assassinados com dezenas de facadas, pai matando o filho e o caso de um trio de canibais. Tudo isso noticiado nos mínimos detalhes, sempre se enfatizando os mais macabros (é reproduzido, inclusive, parte do depoimento de um canibal confesso, contando como procedia com as vítimas).

⁴ Vídeos disponíveis em <http://www.sbt.com.br/sbtvideos/programa/25/Jornal-do-SBT.html>. Acesso em 21/11/14.

Uma matéria fala sobre a construção de um muro separando uma unidade da UERJ, em São Gonçalo (RJ), de uma favela. O motivo é a criminalidade e violência do local que gera medo nos universitários, os quais o demonstram na reportagem. É simbólico esse muro como solução, isolando os habitantes da favela das pessoas de “bem”. Daquele local ficamos sabendo apenas que está infestado de traficantes (as imagens mostram os sentinelas em um parapeito). A insegurança é o foco. Há ainda uma matéria sobre um assalto à loja, com uma filmagem onde aparecem uns sujeitos quebrando a vitrine e levando algumas coisas. Visivelmente não é uma quadrilha organizada, parecem ser jovens pobres, talvez envolvidos com tráfico, dependentes químicos.

No meio disso tudo, tivemos uma pequena matéria sobre a divulgação do número anual de homicídios. Ficamos sabendo que ocorrem seis a cada hora no Brasil. A ênfase está em demonstrar os números da violência e impressionar a audiência. O fato da maioria das vítimas ser negra é citada de forma tímida. Para não dizer que não houve reflexão sobre causas, há um sociólogo que fala sobre a vulnerabilidade social como principal causa e a inutilidade de penas mais duras como solução, mas o recorte da sua fala dura apenas alguns segundos. Não é permitido que o pesquisador desenvolva o tema nem que a audiência tenha tempo para assimilar.

Não se raciocina sobre contexto, sobre que condições produziram tais crimes. Se um garoto mata e rouba para comprar drogas é porque aspectos ambientais contribuíram para tal, ele não nasceu predisposto a ser mau. Talvez ele more em uma favela dominada pelo tráfico, viva nas ruas após o pai ter sido morto. Ele se tornou um criminoso, não veio ao mundo com essa característica. Mas investigações assim não são comumente oferecidas pois não “vendem” e contradizem a ideologia do *status quo*. Como constata Adorno e Horkheimer (1985, p. 162): “O pensamento perde o fôlego e limita-se à apreensão do factual isolado. Rejeitam-se as relações conceituais porque são um esforço incômodo e inútil.” As matérias objetivam chocar e indignar (além de entreter) as pessoas. Dá-se total ênfase na necessidade de acabar com tal insegurança, prender os bandidos, punir, punir, punir. Mas não é questionado o porquê, a origem dos crimes, a compreensão imprescindível para orientar as ações de segurança pública. Ora, querer enfrentar o crime assim é como tentar exterminar uma população de aranhas matando uma a cada vez que aparece, sem buscar descobrir de onde elas vêm.

O sensacionalismo – que ao mesmo tempo “diverte” e insufla o ódio – objetiva, obviamente, a audiência, que tem predileção por notícias de polícia. Não é absolutamente algo “de hoje”. Tragédia e crime foram temas muito explorados em toda a história da literatura, redundando em obras magníficas, como as de Dostoiévski, por exemplo. José Cristian Góes (2012), afirma que o sensacionalismo nasceu junto com a imprensa, com a literatura de cordel no século XVI e foi decisivo para o desenvolvimento do jornalismo comercial moderno.

Aí a tese aqui defendida: mais audiência, mais anunciantes, o que resulta em sucesso comercial, não importando se o que foi veiculado teve algum papel social, se conscientizou sobre algum fato, se contribuiu para a compreensão da criminalidade. Enfim, recordemos o conceito de reprodução técnica: as notícias se repetem, um espetáculo de brutalidade e bandidagem atrás do outro. O jornalismo dá lugar às narrativas excitantes para o consumo. Pode-se aplicar, sem exagero, a reflexão sobre indústria cultural:

O expectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige o pensamento -, mas através de sinais. Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. (ADORNO: HORKHEIMER:1985, p.113)

Se quisermos um exemplo ainda mais exponencial desses “sinais” a que se referem os autores citados, podemos lançar um olhar sobre programas como o “Brasil Urgente”, da TV Bandeirantes, apresentado por José Luiz Datena – o sensacionalismo policial por excelência. Para se ter uma ideia da natureza de seus discursos, recordemos a polêmica notória com os ateus. Após apresentar um caso de fuzilamento de um garoto de dois anos, Datena chega à “genial” conclusão de que “*Quem fez isso não tem Jesus no coração. É por isso que temos crimes desse tipo. Quem não acredita em Deus não tem limites.*”⁵ Para coroar o show de preconceito, o apresentador faz uma pesquisa para saber quem acredita em Deus. Os mais de mil que se manifestaram como ateus são classificados como bandidos. “*Deve ter até bandido ligando de presídio*”, vocifera Datena. Assim, podemos ver claramente que tipo de “reflexão” a mídia brasileira traz sobre a gênese da violência.

⁵ Programa exibido em 27/07/14. Vídeo disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=JzA1yALX-LY>. Acesso em 21/11/14.

3 COMUNICAÇÃO... SOCIAL?

“Agora somos todos um só.” Talvez essa frase, exaustivamente repetida nos comerciais da Rede Globo no período da Copa do Mundo de Futebol 2014, seja a que melhor resume o espírito da emissora e da mídia corporativa como um todo. Vivemos em mundo estruturalmente perfeito – há algum elemento ruim a ser aperfeiçoado aqui ou ali, mas qualquer dissidência séria e profunda é perigosa e precisa ser suprimida, desmoralizada. Assim, devemos todos nos unir em torno dos projetos em voga, mesmo que alguns em suas coberturas de luxo e outros em meio à precariedade de uma favela.

Aqui usamos o conceito que já é um clichê: grande mídia, a mídia corporativa. Mas nem por isso deixa de ser adequado. Basta analisarmos os números: segundo dados do Ibope, no primeiro semestre de 2014 os meios de comunicação brasileiros arrecadaram R\$ 59.665.064,00 apenas com publicidade, sendo que a TV abocanha 57% disso. E o poder da telinha vem crescendo, pois essa porcentagem registrou crescimento de 4% em relação ao ano anterior. E grande parte desse valor é destinado à Rede Globo. Sem falar que essas organizações também detêm grandes jornais e rádios pelo país a fora.

Mas vamos ao que interessa. O grande “X” aqui é o seguinte: Podem os veículos informar com precisão e fazer uma boa leitura de eventos de dissidência e resistência ao sistema? Esses veículos são empresas que precisam sobreviver, no sentido capitalista do termo. Como lidam com temas que ameaçam o sistema e, por extensão, eles próprios?

Em meados de 2013, a população em peso foi às ruas em todo o Brasil, originalmente contra o aumento de tarifas de ônibus e depois por pautas mais amplas, com a adesão de vários movimentos de esquerda. De início, os protestos pautaram as redes sociais, sem ter muita importância na mídia tradicional. Após fortes críticas, a Globo passou a dar bastante atenção aos protestos, substituindo boa parte da programação do horário nobre. Mas o tom foi sempre o mesmo, ressaltando a

“quebradeira” dos vândalos e o prejuízo às pessoas de bem, trabalhadoras. Houve uma leitura folclórica dos manifestantes que atuavam na tática Black Bloc, os “mascarados”.

Desde o início, se quis separar os “pacíficos” dos “vândalos” – que tinham a própria Globo como alvo, inclusive. Aliás, protesto “pacífico”, que não traz nenhuma ameaça aos poderes estabelecidos, é o ideal da Globo. A ideia é que as pessoas se manifestem de forma inofensiva, apenas para se ter a ilusão de eficiência da democracia representativa. Mas há limites de aceitação bem estreitos. É claro que é discutível se os grupos nas ruas tinham organização efetiva e objetivos sólidos, mas a mídia não propôs tal debate. Não houve tentativa de compreender o que de fato ocorria. Lembro de uma entrevista feita por Roberto Cabrini, do SBT, com um declarado anarquista. O sujeito, todo vestido de preto, foi apresentado como se fosse um animal exótico e as perguntas que Cabrini lhe dirigiu foram, em grande medida, infantis. Abaixo reproduzimos uma capa da revista Veja (Fig 1) – que é bem menos sutil do que a Globo quando exhibe sua ideologia – demonstrando com precisão o estereótipo em voga. Movimentos sociais e a população em geral que luta por direitos é simplesmente taxada como terrorista, tendo suas intenções – e não só as caras - totalmente mascaradas.



Fig 1: Veja – 21 de agosto de 2013: “O BANDO DOS CARAS TAPADAS: Quem são os manifestantes do Black Bloc, que saem às ruas para quebrar tudo”

A história se repetiu em 2014, apesar das manifestações anti-copa terem adesão substancialmente mais restrita. A população se deu conta de que valores importantes estavam sendo sequestrados por um evento cujo lucro não seria dela. A Globo, grande beneficiária com a transmissão da Copa, usou retórica semelhante ao “Brasil, ame-o ou deixe-o”. Os manifestantes, sob a bandeira “FIFA, GO HOME!”, eram apresentados entre os espetáculos pirotécnicos da Copa, pintados como mal agradecidos, traidores que não se uniam pela Seleção – e vândalos, claro. Ora, é inegável que todo brasileiro tem pelo menos uma ponta de paixão pelo futebol. O que se contestava não era o esporte, mas a sua mercantilização. Aí a distorção.

A Globo tranquilamente põe lenha na fogueira das críticas ao governo, evidenciando o tamanho dos gastos públicos para a Copa, por exemplo. Mas se cala quando as coisas começam a desandar para algo mais amplo, quando pessoas percebem que quem se beneficia com isso tudo, além dos políticos, é o capital, as empreiteiras, o sistema empresarial do qual a própria emissora faz parte.

As pessoas se tornam – pelo menos esse é o objetivo – o que Erich Fromm (1983) chamou de autômatos. Perdem a capacidade de pensar com suas cabeças, não sentem necessidade de refletir. Tudo lhes é apresentado de maneira acabada. Elas apenas repetem, de forma automática, o que ouvem na mídia. Vejamos um exemplo. Após as últimas eleições presidenciais, as redes sociais foram invadidas por uma onda de ódio para com os eleitores da petista Dilma Rousseff. Apresento a seguir um dos vários comentários quase idênticos que apareceram em minha linha do tempo no Facebook, principalmente de jovens de classe média. O que nos interessa é analisar o tipo de avaliação dos protestos que está na mente de muitas pessoas.

Gente, o povo me decepcionou, quando eu dizia que protesto era na urna e não na copa, tá aí a grande coisa que fizeram, baderna, prejuízo pras empresas e agora que eh a hora de fazer valer o protesto, ajudam essa corja de novo (*post*)

Sem dúvidas, um feito magnífico da mídia, a prova da distorção das intenções dos movimentos sociais. Pelo que transparece aí, se os manifestantes estavam contra o governo, então quer dizer que votariam no neoliberalismo do PSDB. A crítica ao governo era pela esquerda, justamente por Lula e Dilma terem se aliado a todo tipo de oligarquia e abdicado de reformas contundentes. E sobre a parte das empresas que

tiveram prejuízos? Ora, os grupos que quebravam fachadas de banco o faziam como forma simbólica de contestação ao sistema, não era um meio para abalar um governo ou partido. O estereótipo do “vândalo” – digno de ser também encerrado no conceito de indústria cultural, dada sua reprodução em cenas espetaculares do “quebra-quebra generalizado” – sufocou as vozes sinceras das ruas, que só tinham direito de resposta nos espaços comunicacionais “não oficiais”.

Afora o jornalismo feito pela Globo, temos toda uma programação que é a melhor exemplificação possível de indústria cultural, com seus programas de auditório e novelas que vão se desenrolando consoante pesquisas de opinião. Essas e outras observações encontram-se no belo documentário “Além do cidadão Kane”, produzido pelo Canal 4 britânico. A obra é de 1993, mas a estrutura da emissora é espantosamente a mesma desde então – justamente por que os lucros se mantêm. Para fechar, o sempre lúcido Chomsky (2003, p.24) explica qual é, na visão dos donos do poder, o papel dos indivíduos dos andares inferiores em uma democracia liberal:

Devem ficar sentados sozinhos diante da televisão, tendo suas cabeças marteladas pela mensagem que diz que os únicos valores da vida são possuir cada vez mais bens de consumo ou viver como aquela família de classe média alta a que você está assistindo e cultivar valores virtuosos como harmonia e americanismo. E isso é tudo na vida. Você pode pensar consigo mesmo que deve haver algo mais na vida além disso, mas como você está sozinho diante do aparelho, você acha que está ficando louco, já que tudo que acontece se passa ali no vídeo. E como não lhe é permitido nenhum tipo de organização – e isso é absolutamente crucial – você nunca terá uma maneira de saber se está realmente louco. (CHOMSKY:2003, p. 24)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que os fatos de violência são apresentados como sendo isolados, sem o objetivo de compreensão global da criminalidade. De outro lado, as atividades de dissidência política são igualmente mascaradas, mistificadas e caladas pela mídia que quer se manter. Tenta-se angariar audiência no noticiário policial e inculcar os valores do sistema através das coberturas políticas. O objetivo jornalístico de informar é comprometido, pois a informação ou é isolada e destituída de sentido ou é permeada por uma única perspectiva. Os anunciantes (meio) recebem total prioridade em relação aos leitores/expectadores (fim).

Mais suprimido ainda é o papel social do jornalismo, que seria o de esclarecimento e promoção da reflexão. O pensamento técnico (notadamente econômico) de vender por vender e de reproduzir a ideologia não tem nenhum propósito além de desenvolver a si mesmo. Como ensina Galimberti (2006), a técnica não tem um objetivo humanístico, ela simplesmente funciona, buscando se potencializar e reproduzir.

No capitalismo, principalmente na idade da técnica anunciada por Galimberti, não prosperam os melhores, as empresas que oferecem o melhor produto do ponto de vista social. Para lucrar, é preciso vender, mesmo que o produto seja prejudicial. Na verdade, tanto melhor se ele for alienante. O aparato técnico, originalmente um instrumento, sufocou os fins humanistas para se potencializar e reproduzir. Quem seguir o protocolo mais à risca, vence, lucra.

Os jornalistas, não esqueçamos deles, ficam em situação difícil. Ora, eles são funcionários, precisam trabalhar para sobreviver. Assim, se adaptam à linha editorial como dentes de uma engrenagem. Raramente é preciso que um diretor ou o editor lhes diga alguma coisa. Os profissionais estão também sob a ideologia sistêmica. Geralmente nem a percebem e quando o fazem, sabem exatamente até onde podem ir em suas matérias.

O problema não é termos mídias de “esquerda” ou de “direita”, liberais ou conservadoras, o problema é termos uma mídia presa aos interesses de grupos econômicos, ela própria sendo uma corporação sem fim social. Imparcialidade é um mito (segundo linguistas como Koch (2011), o próprio ato de se comunicar é, inevitavelmente, tentar persuadir o outro). Desde Nietzsche (2011), se esvaíram as dúvidas de que possam existir “ações desinteressadas”. O imperativo não é “imparcialidade”, mas sinceridade, interpretação autônoma da realidade. Os interesses “de cima” não devem levar os veículos a se calarem quanto às perspectivas contrárias.

Quem poderá dizer que o livro “Lutando na Espanha” de George Orwell – um ferrenho socialista libertário - é “imparcial”? Por outro lado, trata-se, sem dúvida, de um grande documento jornalístico, figurando entre as melhores descrições sobre a Guerra Civil Espanhola. Orwell esteve lá, lutou ao lado de uma milícia de trabalhadores contra Franco, inclusive. Interpretou a realidade que observou com um olhar crítico – tanto

para com o lado fascista quanto republicano – sem abrir mão de suas convicções políticas.

Por isso têm tanta importância as discussões sobre democratizar a mídia, torna-la mais autônoma, um sistema público, como há em alguns países – o que não significa, é claro, subordiná-la a governos. É preciso que todas as opiniões e perspectivas tenham possibilidades equivalentes de expressão. Pois veículos alternativos existem e crescem com o avanço da internet. Vejam, por exemplo a mídia porto-alegrense “Jornalismo B⁶”, que traz uma perspectiva muito interessante dos movimentos sociais e outros temas atuais. Mas essas iniciativas ainda têm pouca exposição e são vistas com reserva, a grande massa ainda se sente mais segura e confortável – para não dizer acomodada – vendo William Bonner apresentando os fatos do dia. As redes sociais, a despeito das idealizações de seus entusiastas, em grande medida, ainda replicam o que a grande mídia diz.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BEYOND CITIZEN KANE. Simon Hartog. Large Door Ltd.; John Ellis. Londres. Channel 4. DVD, 105 min.
- CHOMSKY, Noam. **Controle da mídia:** os espetaculares feitos da propaganda. Rio de Janeiro: Graphia, 2003.
- FROMM, Erich. **O medo à liberdade.** 14. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- GALIMBERTI, Umberto. **Psiche e techne:** o homem na idade da técnica. São Paulo: Paulus, 2006.
- GÓES, José C. **Imprensa popular sensacionalista: contribuições ao jornalismo contemporâneo.** 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Curitiba – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Novembro de 2012. Disponível em http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/10encontro/josn_cristian_gni.es.pdf. Acesso em 21/11/14.
- KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Argumentação e linguagem.** 13ª Ed. São Paulo: Cortez, 2011.

⁶ O blog Jornalismo B nasceu em 2007, em Porto Alegre, passando a ter uma edição impressa a partir de 2010. Sua orientação é de reconstruir o discurso midiático a partir de uma visão plural, popular e democrática. Outro exemplo de mídia alternativa, com financiamento coletivo, é a Agência Pública, de São Paulo.

NETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **Assim falou Zaratustra: um livro para todos e para ninguém.** São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

ORWELL, George. **Lutando na Espanha e Recordando a guerra civil.** Porto Alegre: Globo, 1986.

REDE BANDEIRANTES. Brasil Urgente. <Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=JzA1yALX-LY>>. Acesso em 21/11/14.

REVISTA VEJA. Edição 2335. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em 21/10/14.

ROLIM, Marcos. **Mídia e violência: uma realidade invertida.** Palestra realizada em 6 de novembro de 2014. Unisinos, São Leopoldo, RS.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO. SBT Brasil. Disponível em <<http://www.sbt.com.br/sbtvideos/programa/25/Jornal-do-SBT.html>>. Acesso em 21/11/14.