



## DIREITOS FUNDAMENTAIS SOB INFLUÊNCIA DA MÍDIA

---

CASTRO, André Luis Arantes de

### Resumo

O presente estudo versa sobre um panorama geral dos meios de comunicação de massa na sociedade brasileira contemporânea. Aponta-se características da utilização dessa categoria de instrumentos de propagação de conteúdo e suas possíveis consequências na ordem política e social. O texto não cinge-se à uma análise técnica e conceitual sobre o que deve ser considerado como adequado em termos de material veiculado, e sim sobre a propositura de um pensamento reflexivo que possibilite uma ampliação do debate e crítica, considerando a importância e amplitude de transformação que podem ser gerados através dos *mass media*, em especial a televisão.

**Palavras-chave:** comunicação de massa; manipulação; televisão.

### Abstract

The present study deals with the configuration of the mass media in contemporary Brazilian society. It is pointed out characteristics of the use of this category of instruments of content propagation and its possible consequences in the political and social order. The text is not limited to a technical and conceptual analysis on what should be considered adequate in terms of the material being conveyed, but rather on the proposition of a reflexive thought that allows an amplification of the debate and criticism, considering the importance and amplitude of transformation that can be generated through the mass media, in particular television.

**Keywords:** mass media; manipulation; television.

## **INTRODUÇÃO**

Diante do constante e exponencial aumento das possibilidades de acesso aos meios de comunicação, o presente trabalho busca discorrer sobre quais aspectos tais instrumentos exercem significativa influência. Será dado enfoque ao relacionamento da mídia - mais propriamente os meios de comunicação de massa - com os direitos fundamentais.

Realmente, o intuito será, como facilmente se perceberá, realizar uma crítica aos modos de gestão dos meios de transmissão de informações em larga escala. Não se tem como objetivo, de modo algum, apresentar uma fórmula de manejo ideal do aparato dos *mass media* na sociedade contemporânea; pretende-se expor, sucintamente, o não comprometimento dos responsáveis e detentores de poder de informar com a relevante função social e a reiterada utilização desses meios em proveito próprio.

## **MATERIAL E MÉTODO**

Foi utilizado, preponderantemente, pesquisa bibliográfica.

## **REVISÃO DE LITERATURA**

Somos orientados cotidianamente para agir em conformidade com o repertório de informações que possuímos e, de modo geral, de acordo com regras pré-estabelecidas por algum tipo de convenção social. Desse modo, para que identifiquemos as consequências do agir social e suas origens, parece razoável algum entendimento sobre os meios pelos quais se operam a transmissão de mensagens e ideias que constituem o conjunto das nossas informações, e em um segundo momento, até mesmo delinear alguns aspectos importantes dos processos humanos de tomada de decisão.

É possível identificar historicamente diferentes paradigmas dos métodos utilizados para propagação de mensagens e ideias. Contudo, para o presente trabalho busca-se delimitar esse campo de pesquisa para as relações modernas dos chamados meios de comunicação de massa com os direitos fundamentais, em especial com os direitos à liberdade de manifestação de pensamento e liberdade de expressão. Também busca-se demonstrar em que

medida a realidade da utilização dessas ferramentas modernas de comunicação de massa são realizadoras desses direitos, e como, em contrapartida, podem acarretar prejuízos à sociedade, em termos de “arrebanhamento”, manipulação e controle das massas.

Resumidamente, três conjuntos de ideias podem ser delineadas sobre o tema. A primeira diz respeito à questão do poder desses novos meios de comunicação, a segunda sobre a promoção de integração ou desintegração social a partir desses meios, e a terceira relativa à questão do esclarecimento público ou o seu oposto.<sup>1</sup>

Possibilitada pelos meios de comunicação de massa, a livre informação pode adquirir um caráter eminentemente conflituoso, no sentido que seu exercício geral pode colocar em risco outros direitos fundamentais, quando não usada apropriadamente.<sup>2</sup> A utilização não apropriada será aquela que, basicamente, não cumpre a sua função social.

Para que sejam preservados os direitos fundamentais constitucionalmente assegurados, é preciso afastar as assimetrias de poderes existentes na sociedade capazes de gerar situações de abuso de direito por parte de quem é responsável pela gestão das ferramentas de comunicação de massa.<sup>3</sup>

Sobre os responsáveis pela gestão das informações, um dos problemas é que, em muito eles se confundem com os responsáveis pelos meios de transmiti-las. E, visto que o uso dos meios, com destaque para a televisão, é consideravelmente oneroso, resta para aqueles com maior poder econômico a difusão de versões da realidade parciais, criando resistência para que os cidadãos, em uma sociedade pluralista, se posicionem intelectualmente de modo livre e voluntário.

Em contrapartida, podem as ferramentas de comunicação de massa propiciarem benefícios sociais, deve-se muito das conquistas populares à possibilidade de difusão das ideias dos diferentes grupos componentes da

---

<sup>1</sup> MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. 2003.

<sup>2</sup> BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012.

<sup>3</sup> BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012.

sociedade, a ampliação do universo cultural e a tentativa de não restrição daquilo que constitui objeto da identidade dos indivíduos. No entanto, dentro de um Estado democrático é necessário que exista o preenchimento de determinados requisitos para que a transmissão de informações seja realizada também de forma democrática. O Estado, nesse ponto, tem um papel importante de normatizar esses elementos para que sejam utilizados como reforço aos princípios e fundamentos da constituição.

Nessa seara, a própria Constituição da República de 1988, no Capítulo V, que trata da Comunicação Social, procura normatizar abstratamente essa questão, ressaltando que esse regramento incide especialmente sobre os modos de veiculação de informações, e não tanto para seu conteúdo. Assim, a atual norma constitucional visou proteger o meio como será difundida a informação e não incide sobre a definição do que seria compreendido como comunicação social.<sup>4</sup> De qualquer modo, vale destacar a presença de legislação reguladora, que não se resume aos artigos 220 a 224 da Constituição de 1988, podendo ser citado também a Lei de Acesso à Informação nº 12.527, de 2011. Sobre essa última, em uma breve análise, verifica-se que versa sobre parâmetros balizadores da divulgação de informações pela Administração Pública e para quem esteja a seu serviço, estabelece princípios para além dos já solidificados da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, incluindo outros como divulgação de informação de interesse público e fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência da administração pública, encontrados em seu artigo 3º.

O regramento constitucional prevê direito do Poder Executivo para outorgar permissões, concessões e autorizações de uso para esses serviços de difusão de imagens e sons. Acontece que a atividade de propagação das informações exige tecnologias de custo elevado e consequentemente fazem com que a atividade se concentre sob o domínio empresarial de grupos de forte poder político-econômico. Em consequência, podem ser levantados

---

<sup>4</sup> BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012.

questionamentos acerca de quais são as qualidades dos materiais que são divulgados.

Sobre esse ponto, aponta-se que a mídia brasileira é controlada por apenas oito famílias, divididas em três grupos nacionais e cinco regionais.<sup>5</sup> A partir dessa afirmação indaga-se se o conteúdo veiculado por essas empresas midiáticas, controladas por grupos de elite econômica e política, é viesado, e em que proporção a orientação da atividade da mídia que tem, supostamente, como objeto principal, o resultado econômico-financeiro, pode significar um prejuízo social e uma violação a direitos fundamentais.

Tais grupos citados acima são os Marinho (Globo), Saad (Bandeirantes) e Abravanel (SBT) entre os nacionais, e entre os regionais os Sirotsky (RBS-Sul), Câmara (Centro-Oeste), Daou (Norte), Zahran (Mato-Grosso) e Jereissati (Nordeste).<sup>6</sup> Além desses existem outros três grupos que detêm a gerência de ramificações de relevância no sistema de mídia brasileiro, englobando gráficos, jornais, revistas, portais, sites e TV por assinatura; são eles os Civitas (grupo Abril), Mesquitas (grupo O Estado de S. Paulo) e os Frias (grupo Folha de São Paulo).<sup>7</sup>

Este casamento entre comunicação e política – que em nosso país gera o absurdo de famílias inteiras perpetuarem seu poder político via veículos de comunicação que controlam – é uma ameaça real à sociedade como um todo e precisa ser urgentemente enfrentada.<sup>8</sup>

Ressalta-se com isso uma centralidade dos *mídia* como objeto e palco privilegiado das disputas de poder, e na sociedade brasileira em específico, transparece a ideia de que ocupam uma posição nevrálgica entre contemporâneos “aparelhos privados de hegemonia”.<sup>9</sup>

O pertencimento da mídia no universo de mercado implica, logicamente, na necessidade de venda de seu conteúdo como combustível

---

<sup>5</sup> BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012.

<sup>6</sup> LIMA, Venício A. *Televisão e Política: Hipótese sobre a eleição presidencial de 1989*. **Cadernos de Comunicação e Política**, 1990.

<sup>7</sup> AZEVEDO, Fernando Antônio. *Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político*. **Opinião Pública**, v. 12, n. 1, 2006.

<sup>8</sup> SILVA, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012.

<sup>9</sup> LIMA, Venício A. de. Os mídia e o cenário de representação da política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 38, p. 239-271, 1996.

para sua perpetuação. Acaba-se com isso retirando do meio de comunicação, aparentemente, a possibilidade de que seja trabalhado com fim de informar o público, pura e simplesmente.

Tudo é percebido do ponto de vista da possibilidade de servir para outra coisa, por mais vaga que seja a percepção dessa coisa. Tudo só tem valor na medida em que se pode trocá-lo, não na medida em que é algo em si mesmo.<sup>10</sup>

Apesar do avanço do alcance da internet, que hoje possibilita de modo diferenciado o acesso a informação, o enfoque sobre a formação de um ideário massificado, mais ou menos homogêneo, se deve principalmente à televisão. Sem adentrarmos na discussão sobre os perigos de apoiarmos um trabalho exclusivamente em pesquisa de dados realizadas por órgãos oficiais, como o IBGE por exemplo, segue de modo superficial uma estimativa sobre a utilização da televisão, rádio e internet realizada em 2012 e publicada no Portal Brasil:

Conforme o levantamento 95% dos brasileiros assistem TV regularmente, e 74% assistem todos os dias. A pesquisa apontou que apesar da internet ser utilizada de maneira ascendente, ainda perde para o rádio, este o segundo meio mais utilizado. A pesquisa ainda aponta algumas diferenças sobre o tempo que passam os telespectadores, em média, na frente da TV, diferenciando entre os que possuem maior e menor graus de escolaridade, sendo esses, segundo a pesquisa, os que assistem menos.<sup>11</sup>

O resultado, em linhas gerais, ressalta a presença forte da televisão no cotidiano brasileiro e abre espaço para a discussão sobre seus desdobramentos. Segundo Mario Sérgio Cortella, uma criança entre 6 e 7 anos que está entrando na escola poderá, sem grande exceção, já ter assistido mais de 5.000 (cinco mil) horas de televisão. Em sua palestra intitulada “A Mídia como Corpo Docente”, ressalta a importância do relacionamento da mídia e dos processos de educação com o consumo. Todavia, segundo Cortella, não

---

<sup>10</sup> HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. **Dialética do esclarecimento**, p. 113-156, 1985.

<sup>11</sup> SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Televisão ainda é o meio de comunicação predominante entre os brasileiros**. 2014..

deve ser atribuído responsabilidade total para a mídia nos processos de construção de uma identidade coletiva, pois influências também advêm da família, educação escolar e religiões por exemplo.<sup>12</sup>

Devido a eficiência em adquirir atenção e sua abrangência, a televisão passou a ser a maior responsável pelo oferecimento de alimento cultural para as massas, em grande parte via jornalismo, que situa-se em uma esfera que sofre influência direta de interesses econômicos e está constantemente sob pressão para atingir elevados índices de audiência.<sup>13</sup> Não é incomum que a propaganda de determinado programa ou emissora seja um discurso que não envolva necessariamente o oferecimento da melhor programação ou conteúdo, mas a divulgação de que detém o maior número de pessoas conectadas.

Essa forma de realização comercial não é exclusiva da televisão. A TV, por si só - isoladamente - não guarda vontades. O modo de utilização dos meios é elemento central para pensarmos seus resultados, e daí a importância dada para uma análise daqueles responsáveis pelo seu manejo, que concomitantemente possuem relação com rádio, revista, internet, entre outros.

Os meios de comunicação impressos, radiofônicos e televisivos começam a convergir entre si e temores de que instrumentos tão poderosos fiquem concentrados nas mãos de poucos tornam-se cada vez mais reais.<sup>14</sup>

A mídia vigente na sociedade, que se mostra dominante, é aquela que formula “conceitos” e padrões de agir socialmente, e pelo seu extenso campo de ação faz com que as pessoas enxerguem o mundo por suas lentes.<sup>15</sup> A programação e as notícias podem ser eleitas através de convicções e ideologias, abrindo portas para que a informação seja maculada em suas origens, desencadeando processos que podem vir a ser prejudiciais à formação de uma opinião equilibrada, racional e que dependa de crítica e

---

<sup>12</sup> Palestra de Mário Sérgio Cortella no Fórum Internacional Criança e Consumo (2011). **A mídia como corpo docente** - A capacidade de formação e ensino que a mídia exerce.

<sup>13</sup> SILVEIRA, Felipe Lazzari. A cultura do medo e sua contribuição para a proliferação da criminalidade. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE**. 2013.

<sup>14</sup> SILVA, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012.

<sup>15</sup> BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012.

reflexão. “A televisão tornou cada vez mais difícil a distinção entre o que percebemos como ficção e como realidade.”<sup>16</sup>

Por isso a importância de um olhar atento para o conteúdo das informações mesmo que, em tese, sejam resultado da livre manifestação do pensamento. Ainda, deve ser levado em consideração o poder de persuasão e a análise do emprego premeditado de mensagens para influenciar o público. Essas formas manifestas de induzir as massas, se não contidas podem culminar, por exemplo, em direcionamento de votos em eleições, compra de determinado produto, doações sem ponderações, entre outros.<sup>17</sup> “Uma representação obtida sem a consciência do eleitorado não é representação.”<sup>18</sup>

Questões fundamentais para a sociedade sobre a distribuição e exercício do poder, gestão de problemas e realização de mudanças transitam direta ou indiretamente pela mídia, na forma de informação, opinião, histórias ou entretenimento. Reitera-se que a mídia tratada, é aquela denominada de *mass media*, ou mídia de massa. Este termo refere-se a veículos de informação de mensagens que operam em grande escala, atingindo e envolvendo quase todos os membros de uma sociedade, em maior ou menor grau, como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música. Possuem grande popularidade e caráter público, sendo capazes de provocar notadamente consequências para a organização política e vida cultural da sociedade contemporânea.<sup>19</sup>

O conteúdo da mensagem dos meios de comunicação de massa, de modo geral, é fabricado de forma padronizada e repetido de formas idênticas. Não se busca refletir um preconceito cultural contra o que é popular, mas o conteúdo do *mass media*, via de regra, não é único nem criativo e se dirige aos consumidores do mercado midiático, é essencialmente mercadoria, e difere a esse respeito de outras modalidades de relação comunicativa humana.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> LIMA, Venício A. de. Os mídia e o cenário de representação da política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 38, p. 239-271, 1996.

<sup>17</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação e de massa**. Zahar, 1993.

<sup>18</sup> MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**. L & PM, 2001. Pg. 36.

<sup>19</sup> MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. 2003.

<sup>20</sup> MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. 2003.

[...] os *mass media* fabricam e emitem, para além das informações centradas na atualidade, [...] os imaginários sociais: as representações globais da vida social, dos seus agentes, instâncias e autoridades [...]<sup>21</sup>

Em um regime capitalista, os imperativos da venda e audiência fazem com que prestigie-se o entretenimento e utilize-se os meios de comunicação de modo comercial, sufocando a informação socialmente útil.<sup>22</sup>

Apesar de não estarem as implicações e influências dos veículos de massa inteiramente compreendidos, algumas críticas podem ser encontradas, como por exemplo o rebaixamento da preferência cultural do público, contribuição para deterioração moral, entorpecimento das massas para obtenção de uma superficialidade política e supressão da criatividade. Em contrapartida, alguns a defendem sob os aspectos de que podem expor a corrupção, possibilitam a liberdade de expressão, levam um mínimo de cultura a milhões, oferecem divertimento e informa-nos sobre o mundo.<sup>23</sup>

A perspectiva crítica, no entanto, não retira dos meios de comunicação de massa a possibilidade de atingir os benefícios citados acima. A crítica reside na atual realidade da utilização desses meios.

Não se trata de recusar a televisão, pois assim poderia se comprometer o sucesso de obras que merecem atingir um público maior; é também deixar espaço aos intelectuais midiáticos[...]<sup>24</sup>

Por exemplo, não basta levar o mínimo de cultura a milhões, se esse mínimo de cultura gera um ideal de consumo que para ser contemplado necessita de coexistência com desigualdade social; não basta os meios de comunicação de massa informar-nos sobre o mundo se essas informações, entre as outras que poderiam ser colocadas em seu lugar, são de pouca ou de nenhuma relevância para a vida dos indivíduos que as assistem; não basta oferecer divertimento se é com o propósito de distrair as massas de sua situação de vulnerabilidade social; e assim por diante.

---

<sup>21</sup> BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. **Enciclopédia Einaudi**, v. 5, p. 296-332, 1985.

<sup>22</sup> JABUR, Gilberto Haddad. Liberdade de Pensamento e Direito à Vida Privada — Conflitos entre Direitos da Personalidade. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2000.

<sup>23</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Zahar, 1993.

<sup>24</sup> BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta Editora, 1997, 1997.

Não se busca no presente trabalho rechaçar os instrumentos/ferramentas de comunicação, mas tentar expor que os meios de comunicação de massa, quando incluídos na dinâmica do mercado capitalista funcionam para a venda das ideias, e mais: “Não é só o consumo em si, mas é todo um conjunto de perspectivas na qual a lógica por trás é a criação de diferenciações para exclusão.”<sup>25</sup>

A partir desse prisma, que inclui os *mass media* no universo competitivo do mercado, pode-se dizer que muitas das vezes o objetivo não irá residir na transmissão de uma informação e nem unir o público em alguma expressão de cultura, mas simplesmente captar e manter a atenção visual e auditiva. Desse modo, ganhar receitas de audiência, perfazendo a noção de que a atenção como fato, para quem vende, pode ser mais importante do que a atenção como qualidade.<sup>26</sup>

[...] todos os que desejam agir sobre o mundo, [...] para contrabalançar ou combater a ação dos que o dominam, devem se questionar seriamente sobre a questão do bom uso das mídias. Não é o caso de recusar as mídias, mas de se perguntar como utilizá-las sem se deixar usar por elas.<sup>27</sup>

Se torna deveras complexa a discussão, pois de modo objetivo e simplificado a programação veiculada a princípio não se demonstra atentatória aos princípios constitucionais, e com certa facilidade pode ser relativizada em nome da liberdade de expressão. A questão, ao que parece, deve ser examinada através de um ponto de vista não tanto técnico, mas humanístico.

Discutir o direito à comunicação na sociedade da informação é ainda um grande desafio quando se pensa que as organizações da sociedade civil veem as questões de comunicação e de informação apenas como técnicas e não como questões político-estratégicas.<sup>28</sup>

Assim, buscar quais poderiam ser as condições necessárias para que o acesso à gestão dos meios de comunicação de massa pudesse ser

---

<sup>25</sup> Palestra de Mário Sergio Cortella no Fórum Internacional Criança e Consumo (2011). **A mídia como corpo docente** - A capacidade de formação e ensino que a mídia exerce.

<sup>26</sup> MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. 2003.

<sup>27</sup> BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta Editora, 1997, 1997.

<sup>28</sup> Silva, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012.

paulatinamente transferido, de modo a resultar em um uso democrático, se torna central.<sup>29</sup> A tarefa se torna difícil, pois não basta apresentar para o público perspectivas diversas daquelas usuais, é preciso, além disso, fazer com que haja questionamento acerca daquilo que é visto e ouvido.

Esta é a premissa básica: incluir os que estão de fora. Colocarmos uma premissa prioritária não nos exime de alcançar outros patamares de discussão, como pensar a qualidade da informação: na difusão, na troca, na sinergia [...]<sup>30</sup>

A dificuldade se acentua na medida em que a legitimidade adquirida dos meios de comunicação de massa passa a ser utilizada justamente como ferramenta de resistência a qualquer grau de mudança nocivo para quem deles obtém lucro ou quaisquer tipos de vantagens.

Possibilidade de mudanças no arranjo do sistema de comunicação, como pode-se suspeitar, é algo que não depende exclusivamente de normatização. É evidente que a elaboração de diplomas legais, quando orientados para tal, podem servir como amparo de transformação positiva, mas além disso é necessário que surjam oportunidades para que críticas sejam feitas, das pessoas para com elas mesmas, e delas para com a sociedade, de modo a produzir reflexão e busca de alternativas.

É importante reiterar que o objetivo do trabalho não é criticar pura e simplesmente os meios de comunicação de massa, como já dito anteriormente, mas expor a noção de que ao mesmo tempo em que são oportunidade podem ser um risco.<sup>31</sup>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O dia a dia laborioso e extenuante de boa parte da população nacional embaraça muitas vezes a luta, é problemático pensar em reformas quando não se tem condições que propiciem o pensar, é por isso que para além da objetiva alteração dos moldes da mídia, é necessário, como todos sabemos, apostas na

---

<sup>29</sup> LIMA, Venício A. de. Os mídia e o cenário de representação da política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 38, p. 239-271, 1996.

<sup>30</sup> SILVA, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012.

<sup>31</sup> SILVA, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012.

educação e nas condições gerais de vida do homem, não com ênfase tão somente à satisfação dos delírios materiais de consumo, mas com o acesso da população à parte merecida de quem produz, que alavanca a saúde física e mental, fortalece a ideia de coletividade, promove solidariedade e desenvolvimento econômico, guia o Estado em direções de maior equidade e permite que sejam, no final das contas, assegurados e respeitados os direitos e garantias fundamentais.

## Referências

AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. **Opinião Pública**, v. 12, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2017.

BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. **Enciclopédia Einaudi**, v. 5, p. 296-332, 1985.

BELOTTO, Dogmar José; CASTRO, Matheus Felipe de. **O Poder Midiático e os Direitos Fundamentais**. Santa Catarina. 2012. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=58ae23d878a47004>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta Editora, 1997, 1997.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Zahar, 1993.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. **Dialética do esclarecimento**, p. 113-156, 1985. Disponível em: <<https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/05/a-industria-cultural.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2017.

JABUR, Gilberto Haddad. **Liberdade de Pensamento e Direito à Vida Privada — Conflitos entre Direitos da Personalidade**. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2000.

LIMA, Venício A. Televisão e Política: Hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. **Cadernos de Comunicação e Política**, 1990. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64451996000200012](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451996000200012)>. Acesso em: 12 jun. 2017.

MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**. L & PM, 2001. Pg. 36.

MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. 2003. Disponível em: <<https://ayrtonbecalle.files.wordpress.com/2015/07/mcquail-d-teorias-da-comunicac3a7c3a3o-de-massas.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

Palestra de Mário Sergio Cortella no Fórum Internacional Criança e Consumo (2011). **A mídia como corpo docente** - A capacidade de formação e ensino que a mídia exerce. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rug1l69Udmo>>. Acesso em 31 jul. 2017.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Televisão ainda é o meio de comunicação predominante entre os brasileiros**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/televisao-ainda-e-o-meio-de-comunicacao-predominante-entre-os-brasileiros>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

SILVA, Enio Waldir da. **Sociologia jurídica**: Ed. Unijuí, 2012. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/966/Sociologia%20Jur%C3%ADdica.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 set. 2017.

SILVEIRA, Felipe Lazzari. A cultura do medo e sua contribuição para a proliferação da criminalidade. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE**. 2013. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/3-1.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2017.