

## **Parcialidade da mídia: estratégias utilizadas pelo jornal *Bom dia Brasil* nas coberturas das manifestações pró e contra o governo<sup>1</sup>**

Francisca Meiriane da Silva<sup>2</sup>  
Felipe de Freitas Carneiro<sup>3</sup>  
José Ricardo da Silveira<sup>4</sup>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) - Mossoró – RN

### **RESUMO**

O jornal *Bom dia Brasil* da Rede Globo é o principal jornal da manhã da emissora. O jornal realizou a cobertura das manifestações ocorridas este ano pró e contra o governo da presidente Dilma Rousseff. No entanto, observamos que houve diferenças entre o espaço dedicado pelo jornal na disposição das notícias e na cobertura das manifestações na sua página na internet. Analisamos a intenção da emissora na forma como são dispostas as reportagens na página do jornal online, no espaço dado a elas, tentando entender como a linha editorial do jornal influencia na seleção das notícias, dando mais destaque a determinados fatos e dando menos espaço a outros, além de se posicionar contra ou a favor através dos comentários, deixando de lado a imparcialidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Bom dia Brasil; Manifestações; Notícias, Estratégias.

### **Introdução**

Segundo a *Pesquisa Brasileira de Mídia 2015*<sup>5</sup>, os jornais impressos ainda são os veículos de informação mais confiáveis para os brasileiros. Porém, a televisão continua sendo o meio de comunicação mais acessível para a população brasileira. Devido à influência da televisão e hoje da internet na vida das pessoas, decidimos analisar a disposição das notícias relacionadas às coberturas das manifestações ocorridas esse ano pró

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Discente do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Email: meiri10008@gmail.com.

<sup>3</sup> Discente do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Email: felipe\_fcarneiro@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Docente do Departamento de Comunicação Social (DECOM), da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Email: [ricardosilveira@uern.br](mailto:ricardosilveira@uern.br)

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2016.

e contra o governo de Dilma Rousseff, na página do jornal *Bom dia Brasil*<sup>6</sup> da Rede Globo, visto que as reportagens apresentadas na televisão são as mesmas que se encontram na página do jornal na internet.

Como metodologia utilizamos a Análise de Discurso de orientação francesa, pois buscamos analisar os possíveis sentidos produzidos pelas estratégias utilizadas pelo jornal que podem manifestar sua opinião. Observamos qual a sequência das notícias, o discurso das manchetes das notícias, os comentários de Miriam Leitão e Alexandre Garcia, a forma como iniciam o discurso de cada cobertura das manifestações, assim como também as cores das roupas utilizadas pelos apresentadores.

Não temos como objetivo buscar a verdade por trás da intenção do jornal, mas sim analisar as possíveis interpretações que podem ser feitas em relação ao conjunto das coberturas das manifestações.

### **A função social do jornalismo**

O jornalismo tem origem no século XVII e XVIII com o publicismo. Nessa época, os jornalistas difundiam as ideias da burguesia, escreviam artigos expressando suas opiniões, principalmente sobre política e comércio. Os acontecimentos publicados eram relacionados a elite, sem ter um compromisso com toda a sociedade.

No século XIX, com a crise do feudalismo e a Revolução Industrial, um grande contingente de pessoas migrou do campo para as cidades em busca de melhores condições de vida. Nesse contexto, o público dos jornais se ampliou, abrangendo os operários das fábricas que conviviam em condições muito precárias de trabalho. Assim, matérias começaram a tratar dos problemas sociais e a linguagem do jornal se tornou mais simples para se adequar ao público em geral. Os jornais passaram a utilizar a mecanização, aumentando a quantidade de exemplares, e conseqüentemente os custos. Dessa forma, os leitores já não mais sustentavam os jornais quando surgiram os anunciantes.

É nessa fase que surge a reportagem. O repórter se torna a figura principal do jornalismo, herói para alguns e vilão para outros. O jornalismo passa então a ter uma função social, denunciando as injustiças que acontecem na sociedade. Nelson Traquina (2005) fala sobre as características desse novo jornalismo do século XIX:

---

<sup>6</sup> A primeira edição do *Bom dia Brasil* foi ao ar no dia 3 de janeiro de 1983. Inicialmente tinha como objetivo mostrar os bastidores de Brasília. Disponível em: < <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2010/04/conheca-historia-do-bom-dia-brasil-desde-estreia.html> >. Acesso em: 25 maio 2016.

Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e a noção do jornalismo como um serviço ao público – uma constelação de ideias que dão forma ao emergente “pólo ideológico”, do campo jornalístico (TRAQUINA, 2005, p. 34).

Portanto, a partir do século XIX, surgiria um jornalismo mais comprometido com a sociedade, com a verdade dos fatos. Nesse período o jornalismo também se torna educador, pois, tenta orientar as pessoas quanto aos costumes considerados pela sociedade como corretos. Para chamar a atenção do público surge também o jornalismo sensacionalista, buscando sensibilizar, que ficou conhecido como “jornalismo amarelo”.

Murilo Kuschik afirma que “Weber formulou uma hipótese muito importante sobre o desenvolvimento futuro da imprensa: colocar-se como censor da sociedade e da política ao informar os temas, assuntos, problemas que não eram levados aos tribunais de justiça” (KUSCHIK, 2006, p. 31). Assim, o jornalismo colocou-se a serviço da sociedade, prestando esclarecimentos sobre diversos assuntos e denunciando as injustiças sociais, tornando-se um porta-voz da população.

Rocha (2011) parafraseando Teun Van Dijk, afirma que a circulação do conhecimento é restrita, pois existem diversos grupos e cada um compartilha seus conhecimentos dentro do próprio grupo. No entanto, os jornalistas fazem o contrário, eles transmitem seus conhecimentos para todos os públicos. Dessa forma, os jornalistas são tradutores de discursos, tendo como função tornar os discursos compreensíveis a todos.

### **A construção da notícia e sua influência**

A mídia desempenha um importante papel nos debates da sociedade e consequentemente pode influenciar nas decisões de muitas pessoas. A mídia pode interferir desde a moda, os costumes, a forma de falar até nas decisões de projetos de leis que podem afetar grande parte da população. Mauro Wolf, abordando o tema da *agenda-setting*, traz uma citação relevante de Shaw no que toca essa questão:

As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (Shaw apud Wolf, 2003, p. 143).

Devido a enorme quantidade de informações que nos cercam, a mídia funciona como um filtro que traz os principais assuntos que serão debatidos pela sociedade. Mas, isso não quer dizer que serão os assuntos mais importantes. Pois cada veículo de informação tem sua linha editorial, seus interesses próprios. Assim, temas que são relevantes podem ficar sem visibilidade. Mais uma vez apoiando-se no pensamento de Shaw:

A hipótese da agenda-setting não sustenta que a mídia tenta persuadir [...]. Descrevendo e precisando a realidade externa, a mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir [...]. A asserção fundamental da agenda-setting é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa (Shaw apud Wolf, 2003, p. 143).

Na maior parte das vezes, as pessoas tomam conhecimento dos fatos através da mídia. Dessa forma, elas podem ser influenciadas pelos pontos de vistas dos veículos. A notícia produzida não abarca todas as circunstâncias dos acontecimentos, é apenas um recorte da realidade. Assim, a mídia tem um importante papel, por exemplo, na aprovação de leis, na representação dos indivíduos, nas políticas públicas, na manutenção ou diminuição de preconceitos existentes na sociedade, na preservação de privilégios por parte de grupos dominantes, na exclusão de outros atores sociais, etc.

Os veículos de comunicação utilizam critérios para selecionar os acontecimentos que poderão se tornar notícia. Miquel Alsina (2009, p. 154), elenca as regras de seleção dos acontecimentos:

- ✓ Interesse humano, privado, intimidade das pessoas;
- ✓ Características que levaram determinada pessoa ao sucesso;
- ✓ As últimas tendências;
- ✓ Os sintomas do exercício do poder;
- ✓ Acontecimentos considerados anormais;
- ✓ A violência e a dor;
- ✓ Lutas e rivalidades;
- ✓ Enriquecimento individual;
- ✓ Crises;
- ✓ Fatos extraordinários, exóticos.

Na veiculação das notícias também é levado em consideração a localidade. Por exemplo, se ocorreu um acidente na Rússia, mesmo sendo grave e atingindo muitas pessoas, esse acontecimento provavelmente não despertará muito a atenção do público da África. Assim, quanto mais próximo ocorrer o fato, mais chances ele tem de virar notícia.

Quanto à linguagem jornalística, Nelson Traquina afirma que “os jornalistas desenvolveram uma maneira própria de falar, isto é, uma linguagem – **o jornalês**” (TRAQUINA, 2005, p. 46). A linguagem jornalística precisa estar acessível a todas as pessoas, visto que seu público é heterogêneo. O autor elenca as características necessárias para que o discurso jornalístico seja compreensível a todos os públicos:

Frases curtas; parágrafos curtos; palavras simples (evitar palavras polissilábicas); uma sintaxe direta e econômica; concisão; a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto (TRAQUINA, 2005, p. 46).

Utilizando essas características o discurso jornalístico se tornará compreensível para todos, não se tornará cansativo e estará de acordo com a norma culta da língua. O primeiro parágrafo das notícias, chamado de *lead*, deve conter as informações principais que são: o que, quem, quando, onde, como e por que. No decorrer do texto há um aprofundamento do assunto.

### **As dificuldades dos jornalistas**

Não é fácil fazer jornalismo. O principal inimigo do jornalista é o tempo. Como afirma Nelson Traquina “as notícias são vistas como um “bem altamente perecível” (TRAQUINA, 2005, p. 37). Com o surgimento da internet, os acontecimentos são compartilhados de forma muito rápida. Assim, os veículos de comunicação precisam correr contra o tempo para conseguirem notícias frescas. Com a rapidez das informações, talvez o que resta agora para os jornais seja um aprofundamento, uma melhor cobertura dos fatos. Nessa corrida contra o tempo, a pauta é muito importante, mas em dias de acontecimentos extraordinários, o planejamento fica de lado para que se possa cobrir os novos fatos ocorridos no dia.

Apesar de seu compromisso com a verdade e com a sociedade, o jornalista trabalha em uma empresa que busca lucros. Assim, ele está sujeito às determinações da instituição para a qual trabalha. Os constrangimentos organizacionais constituem uma barreira para o trabalho do jornalista. Nelson Traquina, de acordo com o clássico estudo de Breed, enumera seis razões que levam os jornalistas a aceitarem a política da empresa para a qual trabalham:

Autoridade institucional e as sanções; as aspirações de mobilidade (a carreira profissional); os sentimentos de obrigação e estima para com os seus superiores; a ausência de conflito de lealdade; o caráter

agradável do trabalho; e as próprias notícias como valor (TRAQUINA, 1993, p. 169).

Dessa forma, o jornalista não tem total liberdade para a escolha dos acontecimentos e para a produção das notícias, tendo, muitas vezes, que se submeter às orientações da empresa. Outro problema que o jornalista enfrenta é a busca pela objetividade. A ideia da objetividade, que surgiu nas décadas de 20 e 30 nos Estados Unidos, mostrou-se inalcançável. Quando o jornalista observa um acontecimento, ele o relaciona de acordo com o seu contexto, com o seu repertório de conhecimento de mundo, assim, a notícia produzida será um recorte da realidade, um lado do que aconteceu. Dessa forma, a subjetividade do jornalista estará sempre presente na forma como ele apresenta os fatos. Porém, isso não diminui o seu dever de buscar ao máximo a neutralidade frente a um acontecimento. Sylvia Moretzsohn traz um trecho do manual da *Folha de São Paulo*, que aborda a questão da objetividade no jornalismo:

Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções. Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse (MORETZSOHN, 2007, p. 184).

As fontes também são uma das preocupações dos jornalistas. Nelson Traquina traz três considerações importantes sobre o relacionamento dos jornalistas com as fontes:

Primeiro: o relacionamento entre o jornalista e a fonte de informação é sagrado e é protegido por lei: a Lei de Imprensa concede o direito ao jornalista de, mesmo em tribunal, não revelar a identidade de sua fonte de informação. [...] Segundo, o jornalista sabe que as fontes de informação não são desinteressadas. [...] Terceira consideração: também no campo jornalístico opera a convenção da “credibilidade da autoridade”, ou seja, “quanto mais alta é a posição do informador melhor é a fonte de informação”. Esta convenção segue o seguinte raciocínio: a posição de autoridade confere credibilidade (TRAQUINA, 1993, p. 172).

O jornalista tem o dever de apurar as informações prestadas pelas fontes. E mesmo que a fonte seja uma autoridade, ela pode fornecer uma informação falsa, daí a importância de checar sempre as informações. Todavia, com limite de tempo para o fechamento das edições dos jornais, fica difícil para os jornalistas checarem todas as informações.

**Análise das diferenças na disposição e nas manchetes das coberturas das manifestações pró e contra o governo brasileiro**

No dia 13 de março deste ano ocorreram as manifestações contra o governo da presidente Dilma Rousseff, contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, contra o Partido dos Trabalhadores (PT) e contra a corrupção. E no dia 31 de março ocorreram manifestações a favor do governo da presidente Dilma Rousseff e da democracia.

Observando que houve diferenças na disposição das notícias e nos discursos das manchetes de cada cobertura das manifestações na página do jornal *Bom Dia Brasil* da Rede Globo, escolhemos analisar como essas diferenças podem demonstrar implicitamente as intenções do jornal.

Decidimos analisar a página na internet do jornal *Bom Dia Brasil* porque é um dos telejornais mais antigos da Rede Globo e um dos mais longos, contando também com comentários sobre os acontecimentos. Não pretendemos fazer qualquer julgamento do jornal, mas apenas mostrar os possíveis sentidos que podem ser produzidos pela disposição das notícias na página do jornal na internet e as manchetes que trazem.

O Grupo Globo formalizou em um documento os “Princípios Editoriais do Grupo Globo<sup>7</sup>”, no qual afirma que a isenção é um dos atributos da informação de qualidade, sendo uma ferramenta que busca tornar o jornalismo o mais neutro possível. Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, artigo 2º, inciso I:

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas (FENAJ, 2007).

Assim, os interesses empresariais dos meios de comunicação não devem interferir na produção das notícias, pois o objetivo do jornalismo deve ser de mostrar os fatos e não expressar opiniões.

Na cobertura da manifestação ocorrida no dia 13 de março deste ano contra o governo da presidente Dilma Rousseff, contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, contra o Partido dos Trabalhadores (PT) e contra a corrupção, destacamos os seguintes pontos observados:

- ✓ A notícia dos protestos é a primeira da página, chamando a atenção para o número de participantes das manifestações, como mostra a figura abaixo:

<sup>7</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 22 maio 2016.





- ✓ Traz a repercussão no Brasil e no mundo das manifestações, assim também como manifestações semelhantes de brasileiros que moram fora do país;
- ✓ Miriam Leitão comenta os protestos chamando a atenção para a indignação dos brasileiros;
- ✓ Também traz o comentário de Alexandre Garcia em favor das manifestações, abordando o tema da corrupção no Brasil e comparando as manifestações com os protestos dos caras-pintadas da época do pedido de impeachment do ex-presidente Collor;
- ✓ Depois tem uma reportagem sobre a inflação dos alimentos;
- ✓ A frase que abre a cobertura das manifestações é a seguinte: “Brasil vestiu verde e amarelo”, enfatizando a participação espontânea dos brasileiros nas manifestações e a quantidade de manifestantes;
- ✓ As cores das roupas utilizadas pelos apresentadores, geralmente, são verde, amarelo e azul, as cores que remetem ao movimento de direita.

Já na cobertura das manifestações ocorridas no dia 31 de março deste ano, a favor do governo da presidente Dilma Rousseff e da democracia, observamos os seguintes pontos:

- ✓ A notícia das manifestações não é a primeira da página, sendo a oitava notícia, não enfatizando a quantidade de pessoas e trazendo a informação de que é uma manifestação contra o impeachment e a favor da presidente Dilma Rousseff, como mostra a figura abaixo:





- ✓ A notícia da manifestação vem, como mostra a figura acima, logo abaixo do comentário de Alexandre Garcia sobre a “barganha de cargos para tentar salvar o governo”;
- ✓ A página traz uma reportagem sobre a defesa da presidente Dilma Rousseff, rebatendo as acusações de crime na comissão do impeachment e logo depois vem um comentário de Miriam Leitão desconstruindo o discurso da defesa de Dilma Rousseff;
- ✓ Depois segue uma notícia sobre a Operação Lava Jato;
- ✓ A frase inicial da cobertura das manifestações foi “Manifestantes foram às ruas”, não evidenciando o número de pessoas que estavam nas manifestações, como se fosse um protesto comum no dia a dia;
- ✓ Quando falam sobre a manifestação, observamos que começam falando que foram convocadas pelo PT, pela CUT e por centrais sindicais, passando a ideia de que foram somente protestos organizados, não espontâneos da população brasileira.

Nas manifestações da direita brasileira, trios elétricos são colocados nas ruas e geralmente são puxados por alguns políticos de direita, como o deputado federal Jair Bolsonaro, que defende ideias absurdas como a volta da Ditadura Militar, o racismo, a homofobia e o fim do Programa Bolsa-família, assuntos presentes em seus discursos.

### Considerações finais

A forma como as notícias são dispostas na página do jornal, as reportagens que estão na mesma edição, os comentários sobre os acontecimentos, as frases que iniciam a

cobertura das notícias, assim como também as manchetes de cada notícia mostram de forma implícita a linha editorial, os interesses, a intenção do telejornal.

No caso das manifestações de direita, o *Bom dia Brasil* enfatiza o caráter pacífico dos protestos, a adesão espontânea do povo brasileiro às manifestações e a quantidade de pessoas. Já no caso das manifestações de esquerda, ocorre o contrário, não chamam a atenção para o número de manifestantes, nem para o caráter pacífico do movimento e nem para a espontaneidade dos protestos.

Sant’Anna (2009) nos aponta que as práticas de alguns veículos e profissionais de imprensa podem ser considerados como censura:

Eles têm o poder de condenar à invisibilidade as ações e palavras dos atores sociais que por eles forem considerados insignificantes e de glorificar aquelas que julgarem relevantes. A mídia é um produtor histórico de difusão mercantil dos produtos simbólicos cujos processos de produção e consumo estão marcados pela divisão estrutural da sociedade. Em um sistema midiático oligopolizado, a tendência é o afunilamento ainda maior da agenda difundida à opinião pública, menos espaço para as contradições e exclusão mais acentuada de temas e acontecimentos da vida cotidiana (SANT’ANNA, 2009, p. 212).

Assim, a mídia tem o poder de invisibilizar determinados grupos sociais que não são de seu interesse. Esses atores sociais excluídos precisam perturbar a ordem para que possam se tornar notícia, chamando a atenção da mídia e da sociedade para seus problemas. No entanto, em muitos casos, eles acabam sendo vistos de uma forma negativa pela sociedade.

Embora o jornalista trabalhe para uma empresa privada, o jornalismo tem um compromisso com a sociedade. Dessa forma, o jornalista fica dividido entre sua missão social e o seu sustento e de sua família.

## Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. Rotinas produtivas do jornalismo em Brasília. In: \_\_\_\_\_. **O Jornal: da forma ao sentido**. 2 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BRASIL, Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

FENAJ. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Disponível em: <[http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)>. Acesso em: 08 out. 2015.

G1. **Bom dia Brasil: Março 2016.** 14 março 2016. Disponível em <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/edicoes/2016/03/14.html>>. Acesso em 18 abr. 2016.

G1. **Bom dia Brasil: Abril 2016.** 01 abril 2016. Disponível em <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/edicoes/2016/04/01.html>>. Acesso em 18 abr. 2016.

G1. **Conheça a história do Bom Dia Brasil desde a estreia.** 06 de julho de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2010/04/conheca-historia-do-bom-dia-brasil-desde-estreia.html>>. Acesso em: 25 maio 2016.

KUSCHIK, Murilo. Weber e sua relação com a comunicação. In: \_\_\_\_\_. **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

LAGE, Nilson. **A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 8 ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

OLIVEIRA, Geilson Fernandes; MENDES, Marcília Luzia Gomes da Costa. . **#PartiuRolé: análise das novas sociabilidades e regimes de visibilidade engendrados pelo fenômeno do rolezinho.** Anais do II Simpósio Interdisciplinar de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas - E-book. 1ed.Mossoró - RN: , 2014, v. 1, p. 615-630.

ROCHA, Heitor Costa Lima da. **A importância da epistemologia na teoria do jornalismo: a teoria pragmática do conhecimento e a qualidade da notícia.** Recife: Estudos em Jornalismo e Mídia, 2011.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes.** Um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SYLVIA, Moretzsohn. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico.** Rio de Janeiro: Revan, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

UNICEF. **Violência na mídia: Excessos e avanços.** Disponível em <[http://www.unicef.org/brazil/pt/Cap\\_04.pdf](http://www.unicef.org/brazil/pt/Cap_04.pdf)>. Acesso em: 22 jul. 2015.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.