

De Dose Em Dose: Como o Agendamento Contribuiu na Campanha de Vacinação Contra a Gripe no RS em 2016¹

Mauren de Souza XAVIER dos Santos²
PUCRS, Porto Alegre, RS

Resumo

O artigo tem a pretensão de analisar como a antecipação pela mídia da cobertura da Gripe A em 2016 colaborou para a Campanha de Vacinação. O estudo utiliza-se da pesquisa quantitativa tendo como embasamento teórico a hipótese de agendamento (Agenda Setting), com enfoque no conceito de enquadramento. Para isso, busca-se analisar a quantidade de notícias publicadas no jornal Correio do Povo nos meses de abril e maio nos anos de 2015 e 2016. Com o levantamento das informações pretende-se mostrar se houve o agendamento sobre o assunto em cada ano. Assim, uma das possíveis contribuições desse agendamento **mediático** pode ser indicado no fato de a campanha de vacinação ter atingido a sua meta **de imunização, em 2016**, antes do prazo estipulado no estado do Rio Grande do Sul.

Palavras-chave

Comunicação; Gripe A; Agendamento; Enquadramento

Introdução

Em 2009, a comunidade mundial foi impactada pelo surgimento de um tipo de gripe, que, entre outras características, ganha destaque por ser extremamente letal. No primeiro momento, foi chamada de gripe suína e, depois, de *Gripe A (H1N1)*. A pandemia, como denominada pela Organização Mundial de Saúde (OMS)³, resultou em milhares de mortes pelo mundo, sendo um número expressivo delas no Brasil⁴. O

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Mestranda do curso de Pós-Graduação em Comunicação da FAMECOS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: mauren.santos@acad.pucrs.br

³ Uma doença que se espalha por áreas vastas e abrange populações numerosas ao mesmo tempo. Fonte: <http://www.who.int/influenza/preparedness/pandemic/en/>, acesso em: 1 mar. 2017.

impacto no panorama nacional foi grande, especialmente no Rio Grande do Sul, que registrou o primeiro óbito do país⁵, e um considerável volume de casos naquele ano. A situação gerou uma série de reações ~~de~~ **de comportamento** na sociedade, como a intensa procura por atendimento nas unidades de saúde, suspensões de aulas e de eventos, entre outras. O tema atraiu o interesse midiático.

Reflexo da pandemia, estudos científicos no âmbito mundial resultaram na apresentação de uma vacina contra a doença já no final de 2009 e sua disponibilidade a partir do ano seguinte. No Brasil, o governo federal, por meio do Ministério da Saúde, optou pela realização de uma campanha de vacinação pública⁵, em 2010. Os alvos definidos foram os grupos de pessoas que seriam mais vulneráveis à doença. Em outras palavras, aqueles com maior risco de desenvolver os casos mais graves e poderiam ir a óbito, segundo a orientação da OMS. Desde então, a campanha passou a ser realizada anualmente e disponível gratuitamente aos grupos prioritários, sendo eles, idosos, gestantes, crianças entre seis e cinco anos, profissionais de saúde, indígenas, pacientes com doenças crônicas e pessoas em privação de liberdade⁶. Os critérios seguem valendo, com alguns ajustes por parte do Ministério da Saúde **ano após ano**. Apesar da sua regularidade, houve a necessidade em todos os anos, desde 2010, de campanhas com viés institucional, alertando a população para a importância da vacinação⁵, **assim como** e a divulgação do seu calendário. Assim, pode-se dizer que a Gripe A ~~passou~~ a fazer do noticiário regular da mídia, especialmente na época de vacinação e da chegada do período do inverno. O assunto ~~passou a ocupar~~ um espaço específico, da mesma maneira que ocorre com outros temas da área da saúde, como a atenção dada ao câncer de mama em outubro, por meio do movimento *Outubro Rosa*.

Porém, é verdade que, **desde 2009**, houve uma redução na letalidade da doença e, conforme noticiado nos veículos de comunicação, os governos federal, estaduais e municipais passaram a ter dificuldades de atingir a meta de imunização dentro do calendário proposto para tal. Isso fez com que houvesse a prorrogação da campanha, em alguns anos, e até mesmo um apelo público para que a população buscasse a imunização. É importante registrar que a doença atingiu, depois de 2009, picos de

⁶Fonte: <http://portalarquivos.saude.gov.br/campanhas/vacinacaoogripe/>, acesso em: 1 mar. 2017.

óbitos nos anos de 2011 e 2013, mas bem inferior ao ano de seu surgimento.

Hipótese de agendamento

A análise sobre o comportamento da mídia, por meio da hipótese de agendamento (*agenda-setting*)⁷, em que determinados assuntos são pautados com intensidade pelos veículos de comunicação, não chega a ser recente, uma vez que já se completa quase meio século de estudos, mesmo assim, segue atraindo atenção entre os pesquisadores da área. A percepção dada por meio de determinado enquadramento desta sequência de notícias faz parte de um perfil de análises mais atual. Feita esta apresentação, acredito ser importante algumas considerações prévias e definições de alguns conceitos, antes de avançar na análise desta hipótese.

Acredito ser interessante alertar para o fato de que a proeminência de um objeto ou assunto na mídia está ligada à noticiabilidade. Para Mario Erbolato (2001), há critérios utilizados para a escolha das notícias, que podem variar *entre as* empresas jornalísticas, e chega a listar 24 categorias. Destas destaco três *nesta para este* caso. A *proximidade*, que são as notícias locais e, basicamente, os fatos que ocorrem relativamente perto do leitor; o *impacto*, aqueles acontecimentos chocantes ou impressionantes; e o *interesse social*, que são as informações de repercussão geral e de interesse, como datas de vestibular ou de entrega da declaração de Imposto de Renda à Receita Federal. Enfatizo esses três critérios, por acreditar que eles melhor reúnem o perfil das notícias publicadas sobre a Gripe A na cobertura diária pela mídia. A *proximidade* e o *impacto* estão justificados no fato de que a doença, desde o surgimento, provocou mortes e influenciou a rotina da comunidade local; e o *interesse social* porque a Campanha de Vacinação é um serviço que afeta uma parcela considerável da população. No Brasil, segundo o Ministério da Saúde, a campanha abrange 50 milhões de pessoas. Assim, confirma-se que o assunto atende a alguns critérios de noticiabilidade.

⁷ Segundo Maxwell McCombs (2009, P.9), a teoria da Agenda tornou-se um mapa altamente detalhado da agenda da mídia e de seus efeitos.

Passa-se agora à apresentação propriamente dita da hipótese de agendamento (agenda-setting⁸). Nesta análise, utilizo a definição de Antonio Hohlfeldt (2001), que considera o agendamento uma hipótese e não uma teoria. Segundo o autor, a hipótese é um sistema aberto e está sempre inacabado. “Uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente não ser certo naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva histórica” (HOHLFELDT, 2001, p.189).

Em seu texto ‘Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação’, Hohlfeldt (2001, p.191) destaca ainda que a “agenda da mídia de fato passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social”. Tal apontamento ganha importância, neste caso, porque o agendamento de um assunto pela mídia na área da saúde provoca impacto, tanto na vida pessoal do cidadão, que passa a ficar atento para se prevenir e assim evitar o contágio, como na agenda social, uma vez que a doença pode desencadear um aumento no atendimento no sistema de saúde como um todo e obrigar a mudanças de hábitos sociais. Hohlfeldt (2001) alerta que, para o agendamento se concretizar, de forma eficiente, é necessário que o tema tenha relevância. Assim, por ser um assunto de saúde pública contempla sem dificuldade essa característica.

A hipótese do agendamento tem a pretensão de analisar o efeito da mídia sobre o público, sendo que, assim, já está compreendido que os meios de comunicação exercem algum tipo de influência sobre o seu leitor/receptor⁹. Destaco ainda o *efeito cognitivo* descrito por Mauro Wolf (2005, p.138), em que esse impacto se dá ‘sobre os sistemas de conhecimentos que o indivíduo assume e estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa’. Wolf (2005) ainda aponta que há o efeito cumulativo, resultado de um processo de longo prazo. O autor explica que a base da hipótese é que a “mídia é eficaz na construção da imagem da realidade que o indivíduo começa a estruturar” (WOLF, 2005, p.152). Explica que a imagem ocorre no sentido figurativo para a sua visão do mundo. Wolf destaca que, ao mesmo tempo, quanto mais

⁸ Termo original em inglês.

⁹ Armand e Michèle Mattelart (2005, p. 40-41) explicam a teoria funcionalista da mídia, que, entre os segmentos de pesquisa, estão os efeitos da mídia.

um indivíduo quer determinada informação, mais depende do serviço da mídia.

Conforme Hohlfeldt (2001), há alguns conceitos básicos que justificam a hipótese apresentada pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald L. Shaw, na década de 70, como a *acumulação*, que é a capacidade da mídia de dar relevância a um determinado assunto; a *onipresença*, quando o acontecimento ultrapassa o seu espaço editorial; e a *relevância*, quando o tema acaba por ser noticiado pelos diferentes tipos de mídia. Novamente, todas essas características estão contempladas nas notícias do tema principal, a Gripe A.

Dentro da hipótese do agendamento, há um conceito mais recente, que é o do *enquadramento*. Conforme a definição do próprio Maxwell McCombs (2009, p. 140), o enquadramento exerce o papel de “organizar o pensamento, em criar um padrão integrado que é consideravelmente maior do que a soma de suas partes”. Em outras palavras, são maneiras que a mídia utiliza para passar a descrever determinado assunto principal, dando argumentos mais marcantes. Como McCombs (2009) resume, o enquadramento permite uma compreensão maior de como a mídia influencia por meio das notícias no pensamento do seu público.

Pesquisa

Para a respectiva análise, o objeto de estudo escolhido é o jornal diário, impresso e de caráter regional, *Correio do Povo*. Com significativa presença na comunidade gaúcha, é o terceiro maior em circulação no Rio Grande do Sul segundo a Associação Nacional de Jornais¹⁰, sendo assim, conta com um significativo público leitor. Pertencente ao Grupo Record, o *Correio do Povo* tem como marca editorial ser objetivo, com textos curtos e de leitura rápida, tanto que o seu *slogan* é “o jornal que vai direto ao ponto”⁺⁺. Além disso, é o mais antigo do Estado em circulação, com 121 anos de existência. A definição pelo *Correio do Povo* também esteve baseada no fato da minha relação com o veículo, em que atuo como repórter, o que facilita, em parte, a compreensão de alguns processos de seleção e de produção de notícias, de maneira

¹⁰ Fonte: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>, acesso em: 1 mar. 2017.

prática, além de ter permitido acesso, com maior facilidade, aos exemplares pesquisados.

A escolha por um jornal impresso se deu por suas características. Segundo Alberto Dines (1986, p.78), cada exemplar de jornal é lido por uma média de três pessoas e, no ritmo diário, é o único capaz de resistir ao desgaste do tempo. Ao mesmo tempo, são de conhecimento público as restrições do impresso diante de outras mídias, como os *sites* de internet e o rádio, como as limitações de espaço e de atualização. Assim, as notícias precisam, além do informar, mas aprofundar o assunto, conforme destaca Erbolato (2001). “O recurso foi o de dar ao leitor reportagens que sejam complemento do que foi ouvido no rádio ou na televisão” (ERBOLATO, 2001, p.30).

Acrescento ainda a citação de Wolf (2005, p.147) à pesquisa de R. McClure e T. Patterson sobre a campanha presidencial dos Estados Unidos, em 1972, que identificou que a mídia impressa tem maior condição de produzir o efeito do agendamento diante da televisão. Para resumir, Wolf (2005, p.148) cita a frase extraída da obra de McClure e Patterson (1976) de que “a informação impressa fornece aos leitores uma indicação forte, constante e visível de saliência”.

Como o objetivo é analisar qual o espaço destinado pelo jornal abordou o assunto, Gripe A, antes e durante o período da campanha de vacinação – a aplicação das doses propriamente dita, período este que sofre pequenas variações ano a ano, o recorte fica concentrado entre os meses de abril e maio. Por ser um jornal diário, a verificação contempla 61 edições em cada ano, totalizando 122 edições.

É importante ressaltar que a campanha ocorre antes do período de maior circulação do vírus da gripe (influenza), isso porque, após a aplicação da dose, o organismo precisa de um período de cerca de duas a três semanas para estar efetivamente protegido⁴², segundo o Ministério da Saúde. Assim, o chamamento para a campanha de vacinação ocorre, tradicionalmente, sem nenhum outro argumento ou apelo, a não ser o de serviço, assim sendo um critério de noticiabilidade de interesse pessoal. E é exatamente essa a diferença que ocorre no ano de 2016, em que se baseia a curiosidade do respectivo artigo. Já em março, período ainda de verão, foram registradas as primeiras mortes no Brasil pela doença (Gripe A). Como era previsível, o

tema ocupou um espaço no noticiário diário, em todos os seus formatos, de maneira considerável. Tanto que acabou ainda por abafar, ou pelo menos, de colocar em segundo plano, a cobertura da epidemia de dengue e da zika que, naquele momento, ocupava com grande propriedade os espaços da reportagem na cobertura de saúde. Automaticamente, com o impacto das mortes pela doença fora da época, uma vez que elas poderiam ser esperadas no inverno, mas não no verão, fez com que o assunto estivesse presente constantemente no noticiário.

Associado a isso, houve um fato que até então não havia sido registrado nas edições anteriores da campanha de vacinação: a meta foi atingida antes do final do prazo da campanha, como sucedeu no Rio Grande do Sul, no ano de 2016. A imunização nacional deu-se entre os dias 30 de abril e 20 de maio. No Rio Grande do Sul, teve início uma semana antes, em função da comoção provocada pela confirmação das primeiras mortes, no dia 25 de abril¹³. A imunização seguiu o calendário nacional e tinha seu encerramento previsto para 20 de maio. Porém, dois dias antes, o Governo do Estado, por meio da Secretaria Estadual de Saúde (SES), anunciou que a meta havia sido atingida. Assim, a pretensão do artigo é discutir se o agendamento e o tipo de enquadramento dados pela mídia, neste caso pelo jornal *Correio do Povo*, colaborou para uma possível mudança de comportamento da população, que buscou se imunizar com maior antecedência.

Análise

Para permitir uma visualização da hipótese do agendamento, ~~utilizaremos~~ utilizamos como procedimento metodológico a análise quantitativa, porque essa é uma forma de termos informações mensuráveis, como destaca Issac Epstein (2008, p.26). Assim, optamos por identificar a quantidade de vezes que o assunto (Gripe A) foi abordado em chamadas de capa, reportagens e notas nos dois anos (2015 e 2016). Num primeiro momento, foi cogitada a possibilidade de fazermos o cálculo por meio do espaço ocupado pelas respectivas chamadas, reportagens e notas e, assim, alcançar a

comparação. Porém, essa tentativa acabou por ser inviável, uma vez que o jornal passou por uma mudança gráfica recentemente, o que alterou a fonte das letras e a diagramação.

Sobre a separação do conteúdo sigo as definições de gêneros jornalísticos com base no *Manual da redação da Folha de S.Paulo* (2006, p.58 e p.72), uma vez que o *Correio do Povo* não conta com o seu próprio manual. As definições escolhidas foram de *notícia*, *reportagem* e *chamada*. Tem-se como definição de *notícia* o que relata a informação da maneira mais objetiva possível e raramente é assinada. Por *reportagem*, as informações estão mais detalhadas com interpretação dos fatos, e a assinatura está vinculada à exclusividade ou destaque do estilo e análise por parte do jornalista. Por *chamada*, o Manual a descreve como um texto curto na primeira página, em que estão resumidas as informações publicadas pelo jornal a respeito de um assunto.

Foi possível notar nesse período de 2015 e 2016 que houve um crescimento considerável na quantidade de chamadas na capa, reportagens e notícias nos meses de abril e maio de 2016, na comparação com 2015. Em relação à chamada da capa, em 2015 foram identificadas 3 ocorrências e, neste ano, foram 12, um aumento de 400% (figura 1). Sobre as reportagens, o aumento foi ainda maior, passando de 7 (2015) para 52 (2016), crescimento de 742%. Nas notícias, passou de 12 (2015) para 26 (2016), aumento de 216%. Pelos dados, podemos confirmar a atenção maior por parte da mídia em 2016. Assim, o constante reforço da temática principal, a Gripe A.

Tabela 1 – Resumo sobre as publicações de 2015

Mês	Número de chamadas	Número de reportagens	Número de notícias
Abril	1	2	4
Maio	2	5	8
Total	3	7	12

Tabela 2 – Resumo sobre as publicações de 2016

Mês	Número de chamadas	Número de reportagens	Número de notícias
Abril	11	35	11
Maio	1	17	15
Total	12	52	26

Figura 1 - Capa do Jornal Correio do Povo no dia posterior ao início da campanha de vacinação contra a gripe

IR. CONFIRA ÚLTIMAS OPÇÕES
PARA DECLARAÇÃO ATÉ DIA 29

PÁGINA 6

PASSAPORTES. CASA DA MOEDA
COMPLICA RAPIDEZ NA EMISSÃO

PÁGINA 13

PARANÁ. SETE MORTOS EM
ACIDENTE COM VEÍCULOS DO RS

PÁGINA 17

CORREIO DO POVO

ANO 121 | Nº 209

PORTO ALEGRE, TERÇA-FEIRA, 26 DE ABRIL DE 2016

SC, PR - R\$ 2,50 | RS - R\$ 2,00

TEMPORAIS

MORTE E ESTRAGOS PELO RIO GRANDE

PÁGINAS 10 E 16



DILMA ROUSSEFF

Senado aprova indicações para comissão do impeachment

Ela terá 21 membros e será instalada hoje. Vice Michel Temer começa a definir a agenda social para futuro governo **Páginas 3 e 4**



No primeiro dia de vacinação contra a Gripe A, 45 mil doses foram aplicadas **PÁGINA 14**

JUREMIR MACHADO DA SILVA
Ricardo Darín é um ator
convincente e sensível
PÁGINA 2

TALINE OPPITZ
Desafios de Temer para
um provável governo
PÁGINA 4

HILTOR MOMBACH
Mais gasolina no fogo do
jogo Grêmio x Rosario
PÁGINA 18

O TEMPO HOJE
PORTO ALEGRE
11°C 19°C
PREVISÃO COMPLETA NA **PÁGINA 15**

Tabela 1—Resumo sobre as publicações de 2015

Mês	Número de chamadas	Número de reportagens	Número de notícias
-----	--------------------	-----------------------	--------------------

Abril	1	2	4
Maior	2	5	8
Total	3	7	12

~~Tabela 2 – Resumo sobre as publicações de 2016~~

Mês	Número de chamadas	Número de reportagens	Número de notícias
Abril	11	35	11
Maior	1	17	15
Total	12	52	26

É claro que esse agendamento da mídia não se deu de maneira totalmente espontânea e parte dela foi agendada pelos órgãos de governo da área da saúde, como por meio do anúncio de casos da doença, os próprios óbitos e o cronograma da campanha. No caso do site da Secretaria Estadual da Saúde (www.saude.rs.gov.br), que administra a campanha no RS, pode-se ver que não houve um acréscimo no número de notícias sobre o assunto em abril e maio e de 2015 e 2016. Segundo pesquisa realizada no portal da secretaria foi possível constatar que houve a mesma quantidade de publicações nos meses de abril (15) e maio (5) de cada ano. Em outras palavras, não chega a ser um argumento decisivo dizer que a ampliação da atenção da mídia se deu apenas em função do agendamento proposto pelo órgão de governo estadual.

Claro que a análise puramente quantitativa de inserções do assunto na mídia não consegue contemplar toda a importância do assunto. Assim, passamos para a verificação do enquadramento. Neste ponto, a concentração fica exclusivamente com o material publicado em 2016. A análise do conteúdo do material publicado em 2015 ficou basicamente direcionado apenas ao chamamento da campanha de vacinação. Tanto que a primeira citação do tema se identifica nas páginas do jornal apenas em 10 de abril de 2015, sendo uma pequena notícia anunciando o calendário da campanha de vacinação. Além disso, o tema principal, a Gripe A, aparece com distanciamento de dias, apesar de

ter havido uma concentração maior no período entre 28 de abril e 6 de maio, mas abordando, em sua ampla maioria, apenas a campanha.

Por outro lado, em 2016, foi possível acompanhar pela leitura do material publicado que o assunto é citado diariamente, desde o início de abril, e com destaques na capa. Neste primeiro momento, o tema principal (Gripe A) é abordado pelo viés das mortes e suspeitas de óbitos pela doença. Ao mesmo tempo, vão ganhando espaço reportagens sobre maneiras de prevenção da enfermidade, e já começa a ser citada a importância da vacinação, sendo que ganharam maior destaque na capa, especialmente pela sua relevância, a confirmação de mortes e dados sobre a vacinação.

Assim, com base na construção do enquadramento, verifica-se que há concentração o enfoque das mortes, seguida pela prevenção, e, no término, pela campanha de vacinação, propriamente dita. Esses são os aspectos que vão construindo a realidade do público sobre o assunto.

Enfocando apenas as reportagens, 52 no mês de abril e maio de 2016, é possível fazer algumas considerações. Destacamos a edição do dia 26 de abril de 2016, um dia após o início da campanha de vacinação no Rio Grande do Sul. Nela, dá-se um grande destaque ao assunto na capa e, por meio de duas reportagens internas, ocupando mais de meia página, uma com enfoque na vacinação e outra nas considerações do assunto, abordando-se os aspectos de prevenção e dos óbitos.

Além do exemplo citado, há várias outras ocorrências em que os três aspectos são abordados conjuntamente nas reportagens (óbitos, prevenção e vacinação). Por exemplo, no período entre 3 de abril e 13 de abril publicaram-se 10 reportagens na editoria de Geral. Destas, as mortes apareciam em 5; a prevenção em 9 e a vacinação em 8.

Outra característica visível na análise, é que o tema não é abordado apenas na editoria de Geral, que é a mais indicada para a abordagem do assunto. Ao contrário, há um número considerável de publicações nas editorias de Cidades (reúne as notícias do interior do Estado), com 10 reportagens (quase 20%). Já no mesmo período de 2015, foi identificada apenas 1 reportagem nesta editoria. O assunto também apareceu em reportagem na editoria de Ensino, com duas citações, sendo que, no ano anterior, não

houve nenhum registro. Uma demonstração que o assunto ultrapassou os seus limites editoriais iniciais, que eram mais concentrados na editoria de Geral.

Considerações finais

A abordagem de assuntos ligados à saúde ~~pela comunicação faz parte de uma agenda contemporânea~~⁴⁴ e tem conquistado cada vez mais espaço e atenção por parte da população, o que torna a respectiva análise relevante. ~~Em relação à abordagem da mídia sobre o assunto, é Além disso;~~ é correto afirmar que houve, por parte ~~da mídia~~, neste caso, ~~do jornal Correio do Povo~~, uma atenção especial ao tema principal e de outros aspectos que pudessem mantê-lo em alta, na cobertura diária. É óbvio que seria uma pretensão muito grande afirmar que a meta da ~~C~~campanha de ~~V~~vacinação só foi atingida por causa da atuação da mídia. Ao mesmo tempo, parece coerente reconhecer a sua contribuição. Um exemplo é a intensa procura pela vacina durante praticamente toda a campanha, como foi noticiado.

Assim, acreditamos que a mídia, neste case específico, realiza a sua função ~~social~~ de informar e orientar, colaborando para a melhoria na qualidade de vida da população. Uma vez que é esperado que haja uma redução no número de casos da doença, no período do inverno, em função da imunização. Ao mesmo tempo, em que há uma ampliação por parte da população com a transmissão do vírus, com a adoção de hábitos de higiene, que também são reforçados no conteúdo publicado pela mídia.

Referências

DINES, Alberto. **O papel do jornal**: Uma reeleitura. São Paulo: Summus, 1986.

EPSTEIN, Issac. “Ciência, poder e comunicação” In DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em Jornalismo**. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Editora Ática, 2001.

HOHLFELDT, Antonio. “Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação” In Hohlfeldt, Antonio; Martino, Luiz C.; Veiga França, Vera (Orgs). **Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

Manual da Redação: Folha de S.Paulo. São Paulo: PubliFolha, 2006.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: A mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SACRAMENTO, Igor; LERNER, Kátia. “Pandemia e biografia no jornalismo: uma análise dos relatos pessoais da experiência com a Influenza H1N1 em *O Dia*” In **Revista FAMECOS – Mídia Cultura e Tecnologia**, Vol.22 (4), p1-17. Porto Alegre, 2015.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.