

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

SUBMISSOS CONSCIENTES: A PERCEPÇÃO DOS JORNALISTAS DO SUL DO BRASIL SOBRE MECANISMOS DE CONTROLE EDITORIAL

Ester Athanásio¹

Resumo:

O artigo analisa a percepção dos jornalistas do sul do Brasil sobre controle editorial. As impressões foram coletadas em questionário online aplicado em todo país, com recorte atual no sul. Teorias do Jornalismo que conceituam o papel social e democrático da prática jornalística compõem o quadro teórico. Aciona-se a Teoria Organizacional (BREED, 1955) para entender a lógica de funcionamento das redações sob hierarquias que impõem interesses empresariais à cobertura noticiosa. Dados empíricos indicam a presença de controle editorial ligado a interesses particulares das empresas jornalísticas e que os profissionais tendem a ceder às pressões.

Palavras-chave: Jornalismo. Controle Editorial. Ética. Liberdade. Política organizacional.

Introdução

Desde que imprensa e democracia coexistem no cenário social, são associadas como conceitos interdependentes, sendo aquela indispensável para manutenção e avanço desta. Elementos essenciais a esse regime político, como informação, comunicação e liberdade, remetem diretamente ao exercício jornalístico.

Ao jornalismo se atribui os papéis de fiscalizador (cão de guarda e quarto poder); defensor do bem público, como parte do sistema deliberativo que traz a público a soma de ansiedades de diferentes grupos sociais, peça fundamental na estruturação da esfera pública (HABERMAS, 1929; MAIA, 2008) e formador da Opinião Pública (LIPPMAN, 1922). O estudo do agendamento (ou *agenda setting*) corrobora ao defender que os meios de comunicação pautam a agenda pública estabelecendo os assuntos prioritários e que merecem atenção no debate (McCOMBS e SHAW, 1972) e a noção de enquadramento ou *framing*

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. E-mail: ester.athanasio1@gmail.com

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

aprofunda a ideia ao defender que o jornalismo delimita perspectivas específicas de análise das temáticas agendadas (ENTMAN, 1993; GUTMANN, 2006). São abordagens que colaboram para a compreensão da atuação do jornalismo na esfera pública, como mediador e formador/influenciador da Opinião Pública (LIPPMAN, 1922; HABERMAS, 1962; GOMES, 2008).

O crédito que o jornalismo detém como fonte de veracidade – o que, em partes, o distingue de outros produtos midiáticos - fundamenta a confiança da população na tomada de decisões – o que fica claro nas consultas públicas e eleições, embora a Opinião Pública seja primordial na pressão exercida sobre o campo político também durante o mandato. A imprensa têm a capacidade de organizar e de dar visibilidade às demandas de interesse público, (in)formar a Opinião Pública sobre as ações dos agentes políticos e ofertar perspectivas de análise, contribuindo para a configuração da imagem pública de atores e instituições.

A credibilidade para tanto remete às Teorias do Jornalismo, que consolidaram, ao longo do século XX, junto do desenvolvimento da comunicação de massa e a partir da influência do positivismo e do cientificismo, a prática da reportagem como uma iniciativa neutra, imparcial e objetiva, que reduziria toda subjetividade em prol do reflexo da realidade (Teoria do Espelho), agindo de forma desinteressada, ou melhor, assumindo o interesse público como único. A partir dessa visão idealista, o jornalismo se legitimou como fonte de veracidade, apto a orientar as massas sem, contudo, estar sujeito a algum interesse particular.

Deste mesmo momento histórico, situado no contexto ocidental de influência americana, surgem as distinções entre a imprensa informativa (pautada nos critérios de objetividade) e a imprensa opinativa. Os jornais passam a delimitar os espaços de opinião e classificar as produções entre noticiosas e opinativas. No Brasil, de modo particular, esse modelo americano de jornalismo chega com maior alcance a partir da segunda metade do século XX. Já na Europa, o jornalismo partidário exerceu maior influência e configurou um contrato distinto com os leitores. Lá a identidade dos jornais foi baseada no posicionamento político-partidário.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Ao longo das últimas décadas, a exigência da objetividade foi colocada em xeque e reorientada para compreensões variadas, embora seja ponto pacífico a ideia de que constitui um ideal impraticável: ora é defendida como norte utópico, ora é recriminada como prática indesejável (BARROS FILHO, 1995) ou ainda classificada como um ritual estratégico da profissão (TUCHMAN, 1972). Se a Teoria do Espelho há muito de esvaiu, outras teorias se afastaram da visão de centralidade do repórter e passaram a considerar outros fatores para dar conta da produção noticiosa, como a Teoria Organizacional, que volta-se para a empresa jornalística (BREDD, 1955). Já a Teoria Construcionista substituiu a ideia de “espelho do real” e resignificou a notícia como peça da construção da realidade (TUCHMAN, 1976).

A noção de mídia como ator político reitera a dificuldade em propor a neutralidade dos meios de comunicação de massa, já que são empresas dotadas de interesses próprios e relações de poder que influenciam seu posicionamento. Ora, se o campo da comunicação controla a esfera de visibilidade, que constitui um espaço de disputa entre outros campos, como político e econômico, é previsível que essas empresas sejam assediadas por pessoas e instituições que procuram construir ou preservar uma imagem pública favorável. Na contramão da teoria tradicional e normativa que situa o jornalismo como campo autônomo e capaz de exercer o papel controlador (quarto poder ou cão de guarda), numa segunda perspectiva, a relação entre política e mídia é de dominação e dependência. Em um primeiro momento, a mídia migra da condição de *watchdog* para *lapdog*²: a escassez de recursos torna os meios de comunicação dependentes das informações do campo político; esse grau de dominação varia de acordo com contexto social. Em cenário oposto, políticos se dobram à lógica midiática em busca de visibilidade (EBERWEIN, PORLEZZA e SPLENDORE, 2015). Isto é, o espaço é de constante disputa, dada a incidência sobre a Opinião Pública.

Embora o campo teórico tenha se dedicado a desmistificar o rigor da objetividade, a herança é perpetuada e as empresas insistem em lançar mão do discurso de imparcialidade e neutralidade como estratégia de legitimação de sua atuação social.

² Em vez de “cão de guarda”, a imprensa é entendida como “cão de colo”, sendo domesticada por grupos políticos.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Essa relação simbiótica entre imprensa e democracia é combustível para debates calorosos sobre a importância da imprensa livre nos processos democráticos e a ameaça da concentração do poder midiático, o que reduziria a liberdade e a pluralidade informativa. Apesar do amplo debate, pouco se discute como se dão as relações de poder da imprensa no interior das redações, como os jornalistas percebem o controle editorial pautado em interesses políticos ou econômicos das empresas jornalísticas e como reagem a situações que comprometem o código de ética da profissão. Cabe sinalizar o que se compreende aqui por controle editorial, para que não seja compreendido apenas como restrição, mas sim como norma organizacional diretamente ligada a interesses particulares das empresas e que extrapola a ideia de “interesse público” que, por princípio, nortearia a prática jornalística. Logo, não se considera aqui a linha editorial assumida como posicionamento oficial da organização, pelo contrário, o interesse é compreender como as empresas transferem para a redação interesses não explicitados, seja pelas relações que estabelecem com grupos políticos ou econômicos, ou pelos interesses pessoais dos proprietários. Discute-se a incidência do controle editorial pautado nas preocupações do veículo enquanto empresa.

Esse artigo busca analisar em que grau os profissionais de jornalismo do sul do Brasil percebem essas orientações, por conta de pressões internas ou externas às redações (departamento comercial, por exemplo). As questões tratadas nesta pesquisa serão analisadas exclusivamente a partir da perspectiva dos profissionais, embora se reconheça que a responsabilidade sobre a conjuntura não se concentre nesses sujeitos. É uma pesquisa de percepção dos jornalistas das condições de exercício do jornalismo e de seu próprio papel ao administrar a prescrição de condutas que favorecem os interesses da organização em detrimento da informação de do debate público, como imposição de reportagens (ou orientações de enquadramentos), veto de determinadas fontes/entrevistados; omissão de informações; privilégio e projeção proposital de informações e fontes.

No próximo tópico, apresenta-se o debate teórico sobre a questão ligando a Teoria do Jornalismo – e as premissas da ética da profissão – a realidade das redações. Contrapõe-se, portanto, a exigência de conceitos como imparcialidade, verdade e compromisso com o bem

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

público à rotina organizacional das empresas jornalísticas. Por fim, apresentam-se os resultados da pesquisa com recorte específico na região sul. Pesquisa essa que ouviu, por meio de questionário online, 267 jornalistas dos três estados que compõem a região sul do Brasil, a saber, Paraná (67), Santa Catarina (115) e Rio Grande do Sul (82). A análise quantitativa revela que os jornalistas reconhecem, em diferentes intensidades, a presença desse tipo de orientação editorial e se submetem às regras corporativas, tal como tratado na Teoria Organizacional, de Warren Breed (1955). O estudo integra a pesquisa nacional³ sobre liberdade jornalística aplicada pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Democracia, da UFPR, em todo o território nacional e tem como referência amostral o Perfil do Jornalista Brasileiro agregado pelos pesquisadores da UFSC (MICK, 2012). As amostras, portanto, seguem a proporção da população de jornalistas de cada estado, de modo que respostas que excederam o número necessário foram eliminadas aleatoriamente a fim de que a proporção fosse mantida. Segundo o Perfil do Jornalista Brasileiro, que acessou dados do Ministério do Trabalho, a população de jornalistas brasileiros é estimada em 145 mil, dos quais 15,58% compõe a população dos estados do Sul do Brasil (cerca de 22 mil).

A estratégia de coleta de consistiu na aplicação de um questionário online a jornalistas de todo Brasil com 50 questões de múltipla escolha, no período de 02 de outubro de 2015 e 10 de março de 2016, incluindo envio de convite para mailing especializado disponibilizado pelos sindicatos estaduais e pela Federação Nacional de Jornalismo (FENAJ), bem como publicação em portais especializados e grupos de jornalistas no Facebook. O nível de confiança é de 90%.

Jornalismo e Democracia

Além do próprio debate sobre imprensa e democracia já situado na introdução deste artigo, o objeto aciona diretamente noções próprias da Teoria do Jornalismo, como o debate sobre a objetividade informativa, entendida como fundamental para tratar do papel do jornalismo na democracia, embora não seja esse o núcleo da investigação.

³ Informações sobre a pesquisa e acesso ao formulário completo em <http://www.comunicacaoedemocracia.jor.br>

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Os conceitos de liberdade de expressão e de imprensa e a independência do veículo em relação aos poderes (político e econômicos) são essenciais para a garantia desse direito (liberdade expressão) e desse dever (liberdade de imprensa) no processo democrático (BUCCI, 2009).

O jornalista é um agente social que possui a responsabilidade de informar, sendo que as informações devem corresponder à realidade dos fatos. A ideia que norteia o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros⁴ é também fundamento da mais antiga das Teorias do Jornalismo, a Teoria do Espelho. Enraizada na própria ideologia profissional dos jornalistas do ocidente, a definição da prática jornalística afirma que as notícias são determinadas pela realidade; ou ainda que as notícias são a imagem especular, o reflexo da realidade. Desta forma, a teoria coloca a informação como elemento central sem considerar a subjetividade do profissional, reforçando a noção de que o jornalista é um agente sem interesses específicos ou subjetivos (observador) (TRAQUINA, 2004).

A cobrança pela imparcialidade e objetividade dos meios de comunicação é uma bandeira relativamente recente: do fim do século XIX, com auge no século XX, e nasce por influência do Positivismo de Augusto Comte.

Título que o jornalismo recebeu no século XIX, o Quarto Poder⁵ situa a imprensa como agente fiscal dos outros poderes. Além de vigiar o governo, cabe à imprensa monitorar o poder econômico e os próprios meios de comunicação. Desta forma, a atividade assume um papel social, ao passo que fiscaliza o poder, a aplicação dos recursos públicos e a conduta dos representantes eleitos (TRAQUINA, 2004).

A liberdade de expressão é um direito - não apenas da imprensa, mas do cidadão - garantido pela Constituição Brasileira de 1988 (Art. 5.º)⁶. A liberdade de imprensa é uma

⁴ Conteúdo disponível em

http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros..pdf

⁵ Classe jornalística foi assim designada por um deputado do parlamento inglês, McCaulay, que um dia apontou para a galeria em que estavam os jornalistas e os apelidou “O Quarto Poder”. A referência eram os poderes da Revolução francesa (clero, nobreza, *troisième état* – burgueses e povo). (TRAQUINA, 2004, p.46)

⁶ Diz a C.F, Art.5.º, inciso IX: *é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;*

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

extensão da liberdade de expressão. O modelo de jornalismo americano tem, além da objetividade, a liberdade de imprensa como elemento central. A defesa da liberdade de imprensa se dá na medida em que o jornalismo é colocado como unidade fiscalizadora do poder público, fabricante da opinião pública e defensor do bem público. Ou seja, se a liberdade de imprensa está ameaçada, a democracia também estará, uma vez que o interesse do Estado ou de algum setor privado está censurando uma informação em benefício próprio.

Bucci (2009) defende a liberdade de imprensa não como um direito do jornalista enquanto profissional, mas sim como um dever (o maior, inclusive) enquanto agente social: o jornalista tem o dever de ser livre. A justificativa é que o jornalista possui uma responsabilidade social e, portanto, um compromisso com o cidadão e com a democracia. Tal responsabilidade não pode ser colocada em risco – seja por interesses pessoais do jornalista, da organização para qual trabalha ou do governo. Portanto, o jornalista tem o dever de ser livre porque o cidadão tem direito a informação-verdade. É um serviço que, como dito, se submete ao modelo democrático.

Se há liberdade, há condições de se produzir conteúdo isento de interesses particulares, ainda que permeado pela subjetividade do repórter. Cabe salientar que a preocupação aqui não é a objetividade, já que a subjetividade parece intrínseca à atividade, mas sim a relação entre empresas e empregados no que se refere à linha editorial pautada em interesses nem sempre transparentes, já que essas empresas de comunicação, em diferentes níveis, estão comprometidas com anunciantes e organizações com as quais se relacionam.

A Teoria Organizacional⁷ (Ação sócio-organizacional), contribuição da metade do século XX, considera a análise do contexto imediato dos jornalistas: a organização para a qual trabalham. Desta forma, Warren Breed chega a uma conclusão significativa: às vezes, a linha editorial das empresas prevalece sobre as crenças individuais do sujeito. Ou seja, o proprietário ou executivo (*publisher*)⁸ estabelece as regras, mas a aceitação não é automática.

7 A Teoria Organizacional foi elaborada a partir de 1955 pelo sociólogo norte-americano Warren Breed, em “Controle Social da Redação: Uma análise funcional” (TRAQUINA, 2004).

8 O ensaio de Warren Breed de 1955 trata os proprietários e chefias das organizações como *publisher* ou ainda “executivos”.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

A linha editorial se torna evidente para o *staffer*⁹ por meio da observação diária do que é privilegiado pelo local em que trabalha e o que é vetado pela chefia. Todavia, segundo Breed, a orientação política jamais é explicitada. O profissional aprende, portanto, a se comportar de maneira adequada com as exigências do veículo ao observar a rede de relacionamentos a qual o padrão pertence e com quem a empresa se relaciona comercialmente. O aprendizado se dá pela socialização da redação (reprodução do que os editores e *staffers* mais velhos praticam). O jornalista novato descobre e interioriza as regras. O controle se dá por um esquema de recompensa versus punição, que gera conformismo. Esse ritual de privilégios e sanções não é formalizado ou explicitado pelo empregador, mas é assimilado pelo repórter. A cultura organizacional se sobrepõe a cultura profissional (BREED, 1955).

Ainda de acordo com a Teoria Organizacional, os jornalistas se antecipam a censura. Entretanto, vale ressaltar, esse conformismo não é sinônimo de apatia total. Em muitos casos o *staffer* discorda da linha adotada pela empresa e até busca burlar as regras por meio da autonomia que a rotina profissional lhe confere. Ou abandona o exercício da profissão.

Resultados

Das 50 perguntas aplicadas no *survey*, foram selecionadas sete para análise particular neste artigo. Essas questões são relativas especificamente ao grau de percepção dos profissionais com relação à presença do controle editorial nas redações. As questões tratam de autocensura, pressões externas à rotina e técnica de profissional e censura. Adotou-se ainda a estratégia de duplicar perguntas, questionando como os profissionais se sentiam em relação àquelas questões e como avaliavam o comportamento dos colegas em relação às mesmas questões. Desta forma, questões delicadas podem ser conferidas com maior rigor, visto que a análise de terceiros tende a ser mais sincera do que respostas pessoais sobre a experiência com questões conflituosas.

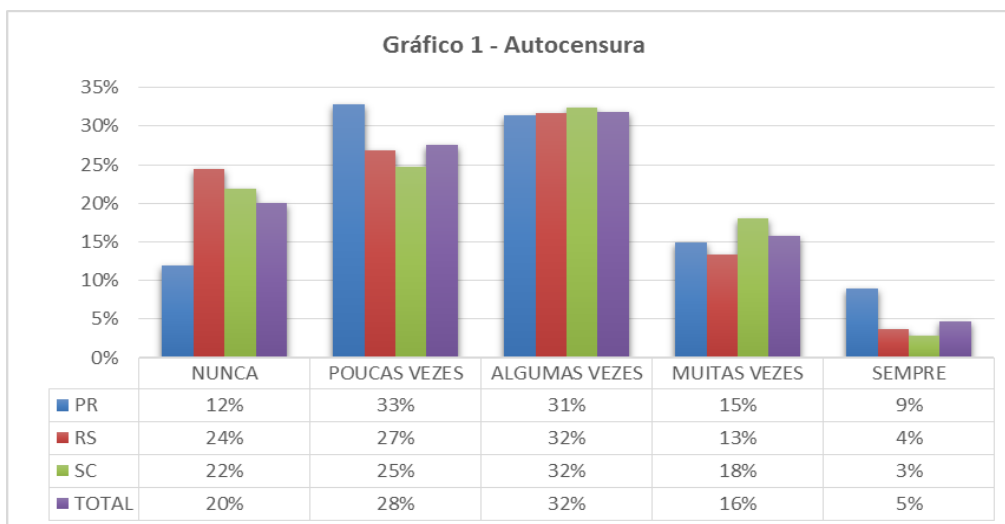
Quando perguntados sobre o tema autocensura, ou seja, se já deixaram de pautar, escrever ou publicar um assunto por entender que o conteúdo da reportagem contrariava a

⁹ Na Teoria Organizacional os jornalistas subalternos – principalmente repórteres - ou novatos são chamados *staffers*

12^o interprogramas de mestrado

Faculdade Cásper Líbero

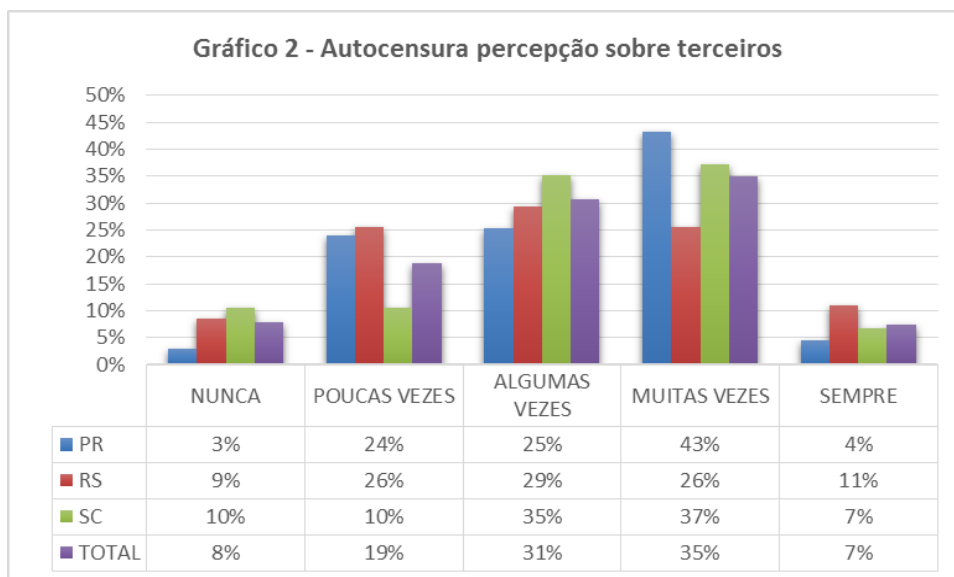
orientação política ou prejudicava os interesses da empresa, 31,9% dos jornalistas do sul afirmaram que praticaram autocensura algumas vezes; 20,1%, nunca; 27,6%, poucas vezes; 15,7%, muitas vezes e 4,7%, sempre. Se considerarmos a soma dos que afirmaram já terem se antecipado a censura, em alguma medida, pode-se afirmar que 79,9% dos respondentes admite já ter praticado autocensura, com maior ou menor frequência. Não há grandes discrepâncias entre os estados analisados. A maior distinção está no número dos que negam ter praticado algum tipo de autocensura: entre os jornalistas paranaenses 88% já praticaram autocensura, enquanto a taxa dos gaúchos chega a 76% e a dos catarinenses a 78%.



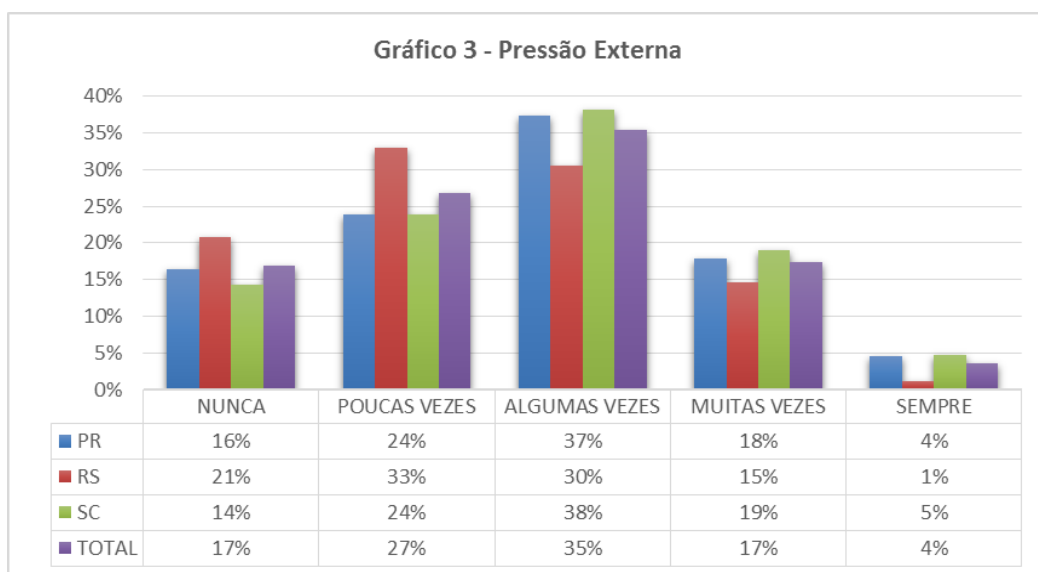
Ao responder sobre a mesma questão, agora em relação aos colegas de trabalho, a taxa de reconhecimento da prática aumenta em 12%: 92,1% acredita que os colegas já praticaram autocensura, sendo 18,9% poucas vezes; 30,7% algumas vezes, 35% muitas vezes e 7,5% sempre. A taxa do “nunca”, portanto, cai de 20% para 7,9%. Além disso, a frequência da prática aparece com maior intensidade quando os colegas são avaliados. Enquanto a análise pessoal afirma que 15,7% se autocensura muitas vezes, a análise de terceiros eleva a taxa para 35%. O crescimento também é observado, em menor grau, na opção “sempre”.

12^o interprogramas de mestrado

Faculdade Cásper Líbero

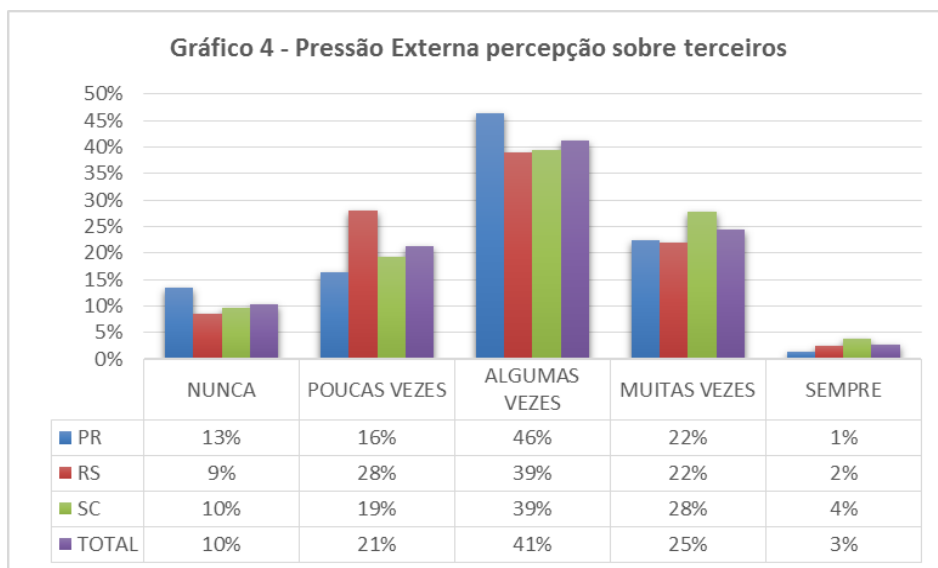


Na questão que indaga a percepção sobre pressões externas ao critério jornalístico para publicar ou deixar de publicar alguma matéria ou informação, 83,1% declararam-se pressionados em alguma medida, sendo que a resposta mais frequente é “algumas vezes”, com 35,4%, seguida de “poucas vezes”, com 17,3%. Na pergunta sobre os colegas, mais uma vez a questão se mostra mais evidente, com 89,2% de confirmação da pressão.

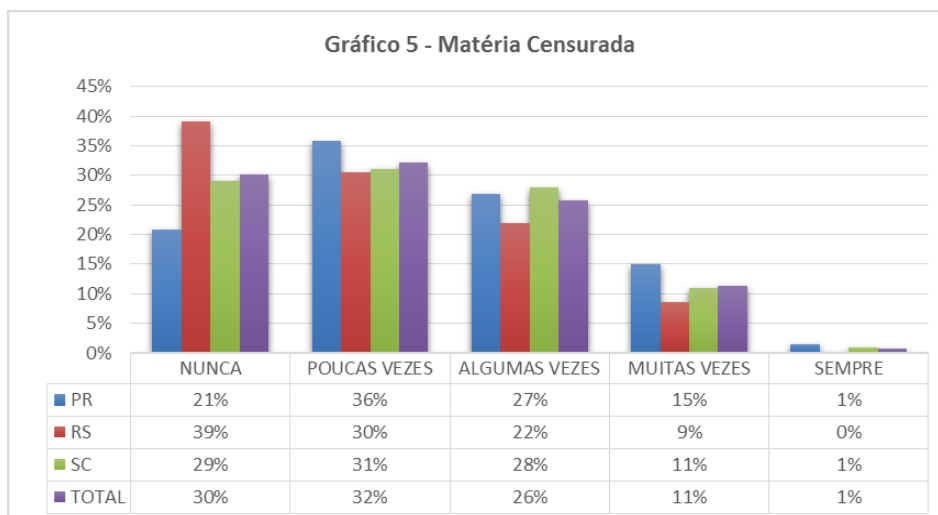


12^o interprogramas de mestrado

Faculdade Cásper Líbero



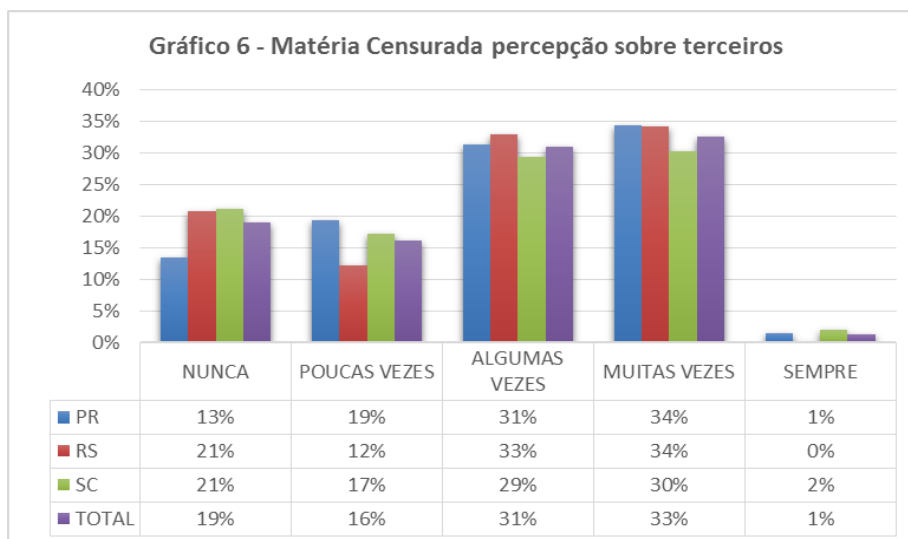
Na pergunta sobre a censura ou edição a partir de razões não jornalísticas¹⁰ a taxa de concordância reduz, o que permite afirmar que a autocensura é uma prática mais comum que a censura, de fato. 71,6% afirmaram que suas produções já foram alvo de censura, sendo que 30,3% respondeu que isso aconteceu poucas vezes, 24,2%, algumas vezes; 10,6%, muitas vezes e 5,7%, sempre.



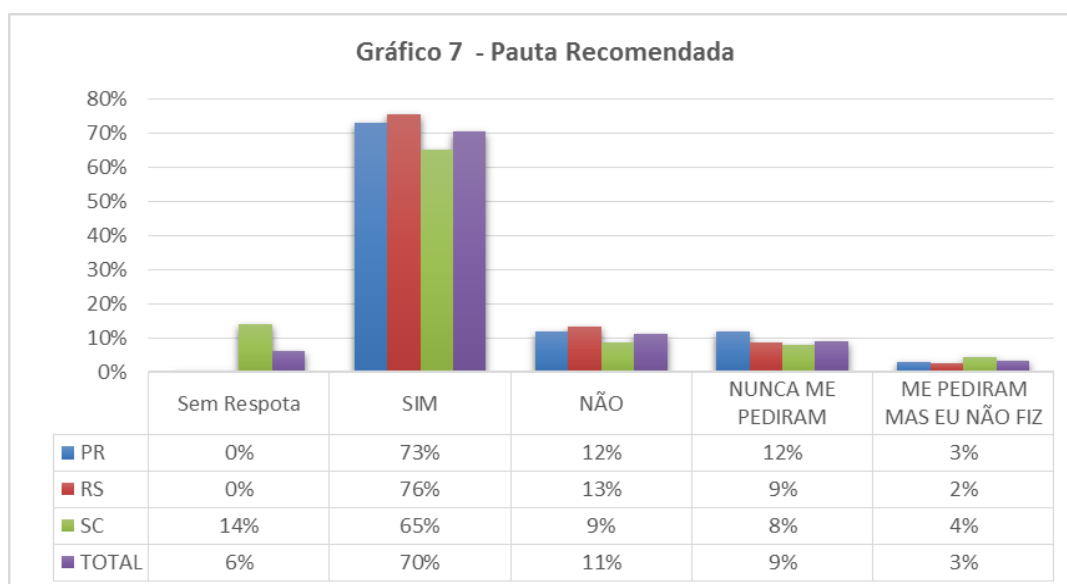
¹⁰ Compreendemos como pressões externas ao campo jornalístico aquelas que são oriundas de outros interesses (econômicos, políticos, pessoais, religiosos, etc) que não os vinculados à divulgação responsável, completa, correta e de interesse público de informações, bem como ao respeito ao amplo contraditório que compete ao jornalismo.

12^o interprogramas de mestrado

Faculdade Cásper Líbero



Na pergunta sobre pauta recomendada¹¹, 70% dos participantes afirmaram já terem cedido a esse tipo de controle. No Rio Grande do Sul a taxa é mais acentuada, com 76%, e em Santa Catarina, mais branda, com 65%. Entre os que nunca fizeram pautas “rec”, 9% afirmam que nunca passaram por esse tipo de solicitação e apenas 3% foram constrangidos a fazer, mas se recusaram.



¹¹ Jargão do jornalismo que designa pedidos/ordens de pauta da direção do veículo ou de algum departamento fora da redação, para atender interesses que não são estritamente jornalísticos.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Considerações finais

Os dados coletados demonstram que embora haja conhecimento do papel/contrato social do jornalismo ou do ideal da profissão, a maior parte dos pesquisados admite presenciar pressões editoriais que estão associadas a interesses particulares da organização, e que esse tipo de circunstância é comum nas redações.

A admissão da existência desse controle reafirma a premissa da Teoria Organizacional de Breed: as regras e a cultura da redação são mais determinantes no trabalho do jornalista que os valores éticos. Os participantes sinalizaram que percebem a pressão, mas que ela acontece com maior recorrência com terceiros, minimizando a própria participação no processo. Além disso, demonstraram que a internalização da linha editorial produz a autocensura e evita casos de censura, que são reduzidos em relação à primeira. A política editorial é assimilada tacitamente. Entendem que a prática dos colegas é sempre mais submissa que a sua própria conduta: terceiros são mais atingidos. Isso pode se justificar pela exigência deontológica da profissão. O jornalista sente-se frustrado ao admitir que se curvou à lógica dos interesses empresariais e tende a se responsabilizar por isso.

As premissas de Eugênio Bucci, por sua vez, reforçam a noção de jornalismo como prestação de serviço e garantia de direito à informação. O jornalista tem o dever de ser livre a fim de assegurar esse compromisso com o cidadão. Frente aos dados revelados que confirmam a recorrência de pautas recomendadas pela chefia, pode-se afirmar que esse contrato com a sociedade está fragilizado em seu formato idealizado e que os profissionais pouco desfrutam desse dever de liberdade, já que, quando pressionados, 70% tende a seguir a recomendação.

A análise comparativa por estado não traz grandes distinções. O comportamento entre os estados sulistas é razoavelmente uniforme.

Referências

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 1995.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

BUCCI, Eugênio. **A Imprensa e o dever da liberdade: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismo, o poder econômico e as ONGs.** São Paulo: Contexto, 2009.

BREED, Warren. **Reedição de “Social Forces”** (Vol.33, Fall, 1955). *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*. Direitos do autor: *Social Forces*.

EBERWEIN, Tobias, PORLEZZA, Colin e SPLENDORE, Sérgio. Verbetes “*Media as political actors*”, In: MAZZOLENI, Gianpietro; BARNHURST, Kevin; IKEDA, Ken’ichi; MAIA, Rousiley; WESSLER, Hartmut. (Org.). **The International Encyclopedia of Political Communication**. 1ed.London: Wiley-Blackwell, 2015.

ENTMAN, Robert M. **'Framing: Toward Clarification of Fractured Paradigm'**. *Journal of Communication*, 43 (4), p. 51- 58, 1993.

GOMES, Wilson. Capítulo 3, **“Da discussão à visibilidade”**. In: “Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas”, livro de Wilson Gomes e Rousiley Maia, 2008.

GUTMANN, Juliana Freire. **Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting?** *Contemporanea*, Salvador, v.4, n.1, p.25-5, jun. 2006

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**, Vol 2, 1929. Tradução: Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro,1997.

MAIA, R. C. M.. **Deliberação e Mídia**. In: Rousiley C.M. Maia. (Org.). *Mídia e Deliberação*. 1ed., Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, v. 1, p. 93-119

McCOMBS, Maxwell. **Setting the agenda**. The mass media and public opinion. PolityPress, 2004. (Edição brasileira pela Vozes, 2009. **Teoria da agenda**).

MICK, Jacques (Coord.), LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro: Características Demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são/** Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. **Reedição de “American Journal of Sociology”** (Vol. 77, Nº 2, 1972). *Objectivity as Strategic Ritual: Na Examinacion of Newsmen’s Notions of Objectivity*. Direitos do autor: *The University of Chicago*.

TUCHMAN, Gaye. **Reedição de “Journal of Communication”** (Vol. 26, Nº 4, 1976). *Telling Stories*. Direitos do autor: *Oxford University Press*.