



A Cobertura Telejornalística das Eleições Municipais em Londrina: Uma Análise dos Telejornais de Maior Audiência da Cidade¹

Ana Carolina Felipe Contato²

Francielly Hellen Camilo³

Florentina das Neves Souza⁴

Universidade Estadual de Londrina, PR

Resumo

Este artigo apresenta resultados de pesquisa, quantitativa e qualitativa, desenvolvida com o objetivo de analisar as eleições municipais de 2008, em Londrina, na abordagem dos telejornais locais de maior visibilidade: *Paraná TV* e *Jornal da Tarobá*. O estudo registra, por meio da metodologia de enquadramentos e valências, resultados que demonstram o comportamento dos telejornais das emissoras afiliadas à Rede Globo e Bandeirantes, na decisão do primeiro turno da eleição municipal de 2008, revelando a postura das emissoras no pleito

Palavras-chave: telejornal, eleição, Jornal da Tarobá, Paraná TV.

1 Introdução

O Objetivo deste trabalho foi estudar a cobertura realizada pelos jornais locais “Paraná TV” e “Jornal da Tarobá” aos candidatos à prefeitura de Londrina no período pré-eleitoral da campanha de 2008, a partir das seguintes hipóteses: 1) o telejornal enquadrou a eleição de acordo com o seu ponto de vista e sua linha editorial; 2) mostrou uma cobertura deficiente para um acontecimento com o grau de importância que merece, sendo importante no resultado das eleições; 3) o noticiário estabeleceu critérios enviesados.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do curso de jornalismo da UEL (Universidade Estadual de Londrina) e colaboradora no projeto “Construção de imagem e o discurso político-ideológico dos pleitos eleitorais: um estudo da cobertura telejornalística e sua influência nas eleições envolvendo as esferas municipal e federal”, pesquisadora de iniciação científica, email: anacarol_fc@hotmail.com.

³ Graduanda do curso de jornalismo da UEL (Universidade Estadual de Londrina) colaboradora no projeto “Construção de imagem e o discurso político – ideológico dos pleitos eleitorais: um estudo da cobertura telejornalística e sua influência nas eleições envolvendo as esferas municipal e federal”, colaboradora do projeto de pesquisa, email: franhcam@hotmail.com.

⁴ Docente adjunto do departamento de comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Doutora em Comunicação pela ECA/USP. Pesquisadora do projeto “Construção de imagem e o discurso político-ideológico dos pleitos eleitorais: um estudo da cobertura telejornalística e sua influência nas eleições envolvendo as esferas municipal e federal”, email: flora@uel.br.



A pesquisa foi realizada no período de 1 de setembro a 3 de outubro de 2008, durante o primeiro turno. Para a interpretação, foram selecionados 52 telejornais no total, 27 da TV Coroados e 25 da TV Tarobá.

Tabela 1 – Telejornais Pesquisados

	TJ exibidos	TJ Pesquisados
TV Coroados	29	27
TV Tarobá	25	25

Fonte: as pesquisadoras

A metodologia adotada tem base em classificações de enquadramentos e valências, conforme definição dos principais núcleos de mídia e política das universidades brasileiras⁵, e promove uma sistematização e análise do conteúdo das reportagens, entrevistas e notas sobre candidatos e assuntos relacionados às eleições apresentados pelos telejornais no primeiro turno.

O modelo da valência que foi observado na pesquisa constante deste artigo é utilizado pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública – DOXA. O Laboratório do IUPERJ – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro – desenvolve pesquisas eleitorais em jornais. São estudos que acompanham a quantidade de vezes que o nome de cada candidato aparece no noticiário e a valência atribuída a ele.

Os pesquisadores do DOXA classificam as valências de acordo com o seu potencial para a candidatura. Os critérios são:

Valência Positiva – Quando a matéria sobre determinado candidato reproduz suas promessas, programa de governo, declarações ou ataques a concorrentes. Inclui matérias que destacam os resultados favoráveis de pesquisas de intenção de voto;

Valência Negativa – Quando a matéria reproduz ressalvas, críticas ou ataques de candidatos concorrentes ou de terceiros ao candidato. Inclui matérias que destacam os resultados desfavoráveis de pesquisas de intenção de voto;

⁵ A metodologia aplicada no desenvolvimento da investigação dos telejornais observa os trabalhos do Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública – DOXA – do IUPERJ (Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro), da Universidade Candido Mendes que trabalha com o conceito de valência; dos Núcleos de Estudos em Artes, Mídia e Política – NEAMP – da PUC de São Paulo e Estudos de Mídia e Política – NEMP – da UNB, que utilizam, além das valências, o conceito de enquadramento.



Valência Neutra – Quando a matéria se restringe a apresentar a agenda do candidato ou citações sem avaliação moral, política ou pessoal sobre os candidatos.

Valência equilibrada – Quando matérias sobre o candidato que apresentem conteúdos positivos e negativos com pesos relativamente iguais.

Além das valências, utilizamos também a metodologia dos grupos de pesquisa NEMP⁶ e NEAMP⁷, chamada de enquadramento. A definição de "enquadramento" (*framing*) da notícia, usado pelos pesquisadores dos núcleos, já citados, é fundamentada no conceito de enquadramento voltado e caracterizado na hegemonia midiática de Entman⁸. Para o pesquisador, “enquadrar é selecionar certos aspectos da realidade percebida e torná-los mais salientes no texto da comunicação, de tal forma a promover: a definição particular de um problema, de uma interpretação causal, de uma avaliação moral e/ou a recomendação de tratamento para o tema descrito” (ENTMAN, 1993, p. 52).

A metodologia do enquadramento dentro da análise de conteúdo pode ser utilizada para detectar tendências e modelos de análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. Segundo Heloiza Golbspan Herscovitz, a análise de conteúdo serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, “para avaliar características de produção de indivíduos, grupos, organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas”. (HERSCOVITZ, 2007, p.123).

2 Telejornais Analisados

Mídia notadamente predominante nos lares brasileiros, a televisão assumiu, desde sua chegada, na metade do século XX, papel fundamental na integração do país, bem como o posto de veículo por excelência na informação do brasileiro. Nesta linha de reflexão, podemos recorrer a Ianni, quando compara a televisão ao príncipe de Maquiavel e Gramsci. Para ele, a televisão “transforma a realidade, seja em algo

⁶ <http://vsites.unb.br/ceam/nemp/> (Acesso em 12/07/2010).

⁷ <http://www.pucsp.br/neamp/> (Acesso em 12/07/2010).

⁸ Robert Entman foi o responsável pela integração do conceito original de enquadramento com a noção de hegemonia midiática, por meio de sua famosa definição de *framing*.



encantado seja em algo escatológico, em geral virtualizando a realidade em tal escala que o real aparece como forma espúria do virtual” (IANNI, 2000, p.149-150).

O grau de importância da televisão acentuado e exemplificado pelo sociólogo se materializa em número de aparelhos receptores e audiência. Um estudo do IBGE, que utilizou a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad) de 2008, mostrou que a televisão ainda é a principal fonte de lazer do brasileiro. O levantamento aponta que mais de 40%⁹ das pessoas passam mais de três horas de seu tempo de lazer, assistindo televisão. Ainda de acordo com a pesquisa, a porcentagem de lares com televisão é de 95,1%¹⁰.

A televisão, no Brasil, também é o veículo de comunicação mais utilizado para obter informação. O Papel do telejornalismo na delimitação de assuntos e enfoques fomentadores de debate tem uma relevância muito grande no país. O impacto do telejornalismo em assuntos estratégicos, sem dúvida, também recai sobre o assunto *política* e especificamente sobre *eleições*.

No Paraná, em 17 de julho de 1954 – quatro anos após a implantação da TV no país –, uma multidão aglomerou-se diante do edifício Moreira Garcez, no centro de Curitiba, para ver os dois receptores colocados na vitrine da loja Tarobá, que funcionava naquele lugar.

Já em 1960, é inaugurada a TV Paranaense Canal 12. Três anos depois, a TV Coroados começa suas transmissões em Londrina. Primeira emissora instalada numa cidade do interior do Paraná e a segunda no Brasil, a TV Coroados foi propriedade dos principais empresários de comunicação do Paraná – Paulo Pimentel e Oscar Martinez – até ser oferecida pelo então ministro Golbery do Couto e Silva para Roberto Marinho, proprietário da Rede Globo de Televisão. Apenas em novembro do ano 2000, a marca RPC foi criada para integrar as emissoras afiliadas à Rede Globo no Paraná.

Atualmente, a programação local ocupa 40 horas semanais e dentre os programas – de entretenimento ou jornalísticos – estão os telejornais diários “Paraná TV” 1ª e 2ª edições, este veiculado às 19h00.

Além da TV Coroados, nosso estudo focalizou seu objeto em outro telejornal: o “Jornal da Tarobá”. Nascida em Cascavel, em 1979, por obra do jornalista

⁹ http://www.educacaofisica.com.br/noticias_mostrar.asp?id=8518 (Acesso em 10/07/2010).

¹⁰ <http://noticias.uol.com.br/ultnot/infografico/2009/09/18/ult3224u134.jhtm> (Acesso em 10/07/2010).



João Milanez, que, em 1982, associou-se aos empresários Pedro Mufato (Grupo Mufatão) e Tito Mufato (Grupo Super Mufato), a TV Tarobá esteve, desde sua fundação, atrelada à Rede Bandeirantes de Televisão. A emissora paranaense tem uma das maiores áreas de abrangência regional por emissora do país – estima-se que atualmente mais de 4 milhões de habitantes tenham acesso ao seu sinal.

3 Eleições Municipais em Londrina

A disputa municipal de Londrina, em 2008, foi histórica por ter sido realizada em três turnos. A população começou o ano de 2009 com um prefeito interino e só pode saber quem governaria a cidade pelos próximos quatro anos, em março.

Londrina, segundo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), possuía em 2008, 341.908 eleitores e teve nove candidatos. Antonio Belinati (PP), Barbosa (PDT), Haully (PSDB), Cheida (PMDB), André Vargas (PT), Dr. Vilson Machado (PSOL), Marcelo Urbaneja (PtdoB), Amadeu Felipe (PCB) e Marcos Colli (PV).

O que tornou a eleição histórica foi a situação na qual Antonio Belinati (PP) entrou para o pleito. O registro da candidatura foi cassado pelo Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR) no início de setembro de 2008, por responder a ações civis e criminais na Justiça, além de ter as contas relativas ao ano de 2000, quando era prefeito, reprovadas pela câmara de Londrina e pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE). No início de outubro, o tribunal liberou a candidatura e Antonio Belinati pode participar da disputa.

No primeiro turno, 98.432 votaram a favor de Antonio Belinati, que venceu a disputa com 36,38% dos votos válidos contra o segundo mais votado, que recebeu 23,61% do total.



Tabela 2 – Resultado da Eleição – Primeiro Turno – 2008

Candidato	Votação nominal	Votos Válidos (em %)
Antonio Belinati (PP)	98.432	36.38
Haully (PSDB)	63.891	23.61
Barbosa Neto (PDT)	62.020	22.92
Cheida (PMDB)	24.564	9.08
Andre Vargas (PT)	14.506	5.36
Marcos Colli (PV)	3.371	1.25
Dr. Vilson Machado (PSOL)	1.490	0.55
Marcelo Urbaneja (PTdoB)	1.235	0.46
Amadeu Felipe (PCB)	1.071	0.40

Fonte: TSE

No segundo turno, não foi diferente, mesmo com o Ministério Público Eleitoral recorrendo da decisão e levando o caso de volta ao TSE. Antonio Belinati (PP) foi eleito prefeito de Londrina com uma diferença de 9,3 mil votos. O ministro Ayres Britto achou que o caso deveria ser analisado com mais calma, pedindo vistas para depois do segundo turno. Com pendências e com a possibilidade de ser impedido de assumir o cargo, Belinati teve 138.92 votos (51,73 %) e Haully 129.625 votos (48,27 %).

Tabela 3 – Resultado da Eleição – Segundo Turno - 2008

Candidato	Votação nominal	Votos Válidos (em %)
Antonio Belinati (PP)	138.92	51,73
Haully (PSDB)	129.625	48,27

Fonte: as pesquisadoras

Entretanto, dois dias após a eleição em Londrina, o TSE suspendeu o registro de candidatura de Antônio Belinati (PP). Por cinco votos a dois, os ministros aceitaram o recurso do Ministério Público Eleitoral (MPE), que pedia a cassação do registro. Desta forma, Londrina pela primeira vez não tinha um prefeito, a cidade foi administrada por José Roque Neto (PTB) interinamente, eleito presidente da câmara. O



TRE-PR marcou para o dia 29 de março a realização de um novo segundo turno em Londrina entre os candidatos Luiz Carlos Hauly (PSDB) e Barbosa Neto (PDT).

O deputado federal Barbosa Neto (PDT), com o apoio de Antonio Belinati (PP), venceu o pleito, registrando 135.507 votos (54,12%). Hauly teve 114.877 votos (45,88%).

Tabela 4 – Resultado da Eleição – Terceiro Turno – 2009

Candidato	Votação nominal	Votos Válidos
		(em %)
Barbosa Neto (PDT)	135.507	54,12
Hauly (PSDB)	114.877	45,88%

Fonte: as pesquisadoras

4 Dados da Pesquisa

Ao todo, foram analisados 25 telejornais da TV Tarobá e 27 da RPC (contando quatro sábados, já que a emissora também veicula seu TJ neste dia). A média de duração destes programas nas duas emissoras é de 14'30" (a RPC dividia esse tempo entre local e estadual). Na TV Tarobá, foram 362,5 minutos e, na RPC, 250 minutos. Somado o tempo das duas emissoras, obtivemos como corpus da pesquisa 612,5 minutos de telejornais para estudo.

Tabela 5 – Telejornais gravados e selecionados

	Telejornais gravados	Telejornais analisados	Horas analisadas
RPC	29	27	362,5 minutos
TV Tarobá	25	25	250 minutos

Fonte: as pesquisadoras

Os dados apontaram que, no primeiro turno, a RPC praticamente se omitiu perante as eleições, tendo em vista que não dedicou nenhum tempo do analisado para falar dos candidatos e suas propostas. De acordo com a análise, as eleições foram mencionadas apenas três vezes, sem contar a única pesquisa IBOPE contratada pela emissora filiada, no dia 23 de setembro, que trazia intenções de votos para Londrina.



Uma *nota pelada*¹¹ de 0’42” foi o único momento em que se mencionou algum candidato, no caso Antonio Belinati, que, no dia 4 de setembro, teve a candidatura suspensa.

No dia 30 de setembro, numa *nota pelada* de 0’45”, foi anunciado o cancelamento do debate que aconteceria na emissora. O motivo foi o grande número de candidatos, 9 no total. A RPC se justifica dizendo que as coligações não aceitaram o acordo para diminuir os participantes e que seria impossível ter um debate organizado com tantos candidatos.

Além disso, no dia 16 de setembro, a TV Coroados cobriu um encontro dos candidatos com jovens, dedicando à reportagem 1’52”, porém não mostrou nem mencionou quais candidatos estiveram presentes.

Outro fato apontado pela análise foi o quadro “A vez do cidadão”, no qual traziam matérias que iam de 1’30” a 2’00”, falando da importância de o eleitor escolher bem seus candidatos. Entretanto, as matérias eram da praça nacional e a maioria trazia necessidades de norte e nordeste do país, totalmente desvinculados da realidade do Paraná. Para este quadro, somente no primeiro turno e nas edições analisadas, foram dedicados 34’31”, que eram anunciados pelo apresentador do jornal na cabeça de rede, a emissora da RPC em Curitiba, Herivelto Araújo.

Tabela 6 – Aparição da Eleição 2008 no primeiro turno - RPC

	Nota Pelada	Reportagem	Tempo	Tempo de aparição de candidatos
Impugnação de Antonio Belinati (PP)	X		0’42”	0’00”
Cancelamento do debate Encontro dos candidatos com os jovens	X	X	0’45” 1’52 34’31”	0’00” 0’00” 0’00”
A vez do Cidadão		X		

Fonte: as pesquisadoras

¹¹ No jargão telejornalístico, Nota Pelada é um texto sem inserção de imagem. Uma nota feita pelo editor e lida pelo apresentador.



Na TV Tarobá, o cenário foi um pouco diferente: no tempo analisado, 1 hora e 14 segundos foi dedicada às eleições. Assim como na RPC, no dia 5 de setembro, com uma nota pelada de 0'21'', foi anunciada a impugnação de Antonio Belinati.

No dia 19 de setembro, foi veiculada uma reportagem de 2'24'', mostrando as irregularidades na campanha política. Não foram mencionados nomes, porém saiu uma imagem de um muro pintado com o nome do Haully, dando a entender que o político autuado foi ele mesmo.

Outra reportagem relevante para a análise foi o debate organizado pelo Conselho Municipal de direitos das crianças, no qual todos os candidatos presentes tiveram alguns segundos de entrevista. Os únicos que não compareceram foram Cheida e Belinati, perdendo a visibilidade do evento na emissora.

Tabela 7 – Tempo de Aparição dos candidatos na reportagem – Tarobá

Candidato entrevistado	Tempo
Andre Vargas (PT)	0'12''
Marcos Colli (PV)	0'12''
Dr. Vilson Machado (PSOL)	0'10''
Marcelo Urbaneja (PTdoB)	0'09''
Amadeu Felipe (PCB)	0'11''
Haully (PSDB)	0'15''
Barbosa Neto (PDT)	0'10''
Cheida (PMDB)	0'00''
Belinati (PP)	0'00''

Fonte: as pesquisadoras

A partir do dia 1 de setembro, a Tarobá organizou entrevistas com todos os candidatos no final de cada telejornal da 2ª Edição. O tempo para cada um era 5'00'', e eles responderiam perguntas sobre as propostas de campanha para a cidade.

Tabela 8 – Tempo de Aparição dos Candidatos na Entrevista de Estúdio – Tarobá

Candidato entrevistado	Tempo
Dr. Vilson Machado (PSOL)	5'18''
Marcos Colli (PV)	5'28''
Cheida (PMDB)	5'21''



Belinati (PP)	5'23"
Amadeu Felipe (PCB)	5'15"
Barbosa Neto (PDT)	5'27"
Andre Vargas (PT)	5'21"
Marcelo Urbaneja (PTdoB)	5'17"
Haully (PSDB)	5'02"

Fonte: as pesquisadoras

A TV Tarobá no dia 30 de setembro realizou o segundo debate entre os candidatos a prefeito de Londrina, o primeiro promovido pela emissora foi em agosto de 2008 no começo da campanha.

No dia 24 o sociólogo Marco Russi esteve no estúdio da Tarobá e respondeu a perguntas ao vivo. E também foi explicado sobre o debate do dia 30 e uma enquête com a população mostrou a indecisão que ainda existia. Nesta mesma edição foi anunciado que Antonio Belinati não compareceria ao debate tendo em vista sua impugnação no início do mês, foi 0'41" de nota pelada.

Tabela 9 – Tempo Total de Aparição dos Candidatos - Tarobá

Candidatos	Tempo total de aparição no Telejornal
Marcos Colli (PV)	5'40"
Cheida (PMDB)	5'21"
Belinati (PP)	10'54"
Amadeu Felipe (PCB)	5'26"
Barbosa Neto (PDT)	5'37"
André Vargas (PT)	5'33"
Marcelo Urbaneja (PTdoB)	5'26"
Haully (PSDB)	7'48"
Vilson Machado (PSOL)	7'48"

Fonte: as pesquisadoras

Com base nos dados coletados, e estudo quantitativo, foi desenvolvida também a análise qualitativa de acordo com a metodologia da valência, já citada. Classificamos cada uma das matérias em que os nove candidatos aparecem, nas duas emissoras, de acordo com as valências e enquadramentos atribuídos a elas.

Os quadros abaixo demonstram os números:

Tabela 10 – Tempo por candidato



Marcos Colli	Valência	Valência	Valência	Valência
	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

Cheida	Valência	Valência	Valência	Valência
	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	1	0	0	0

Belinati	Valência	Valência	Valência	Valência
	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	1	0
Tarobá	1	0	2	0

Amadeu	Valência	Valência	Valência	Valência
Felipe	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

Barbosa Neto	Valência	Valência	Valência	Valência
	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

André	Valência	Valência	Valência	Valência
Vargas	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

Marcelo	Valência	Valência	Valência	Valência
Urbaneja	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

Haully	Valência	Valência	Valência	Valência
	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	1	0	0

Vilson	Valência	Valência	Valência	Valência
---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------



Machado	positiva	negativa	neutra	equilibrada
RPC	0	0	0	0
Tarobá	2	0	0	0

Fonte: as pesquisadoras

5 Considerações Finais

Retomando as três hipóteses iniciais, podemos concluir, durante o estudo desenvolvido pelo projeto, tanto no material coletado e analisado quanto nas leituras afins, que no caso da TV Coroados o telejornal enquadrrou a eleição de acordo com o seu ponto de vista e sua linha editorial.

Em um acontecimento de tamanho grau de importância, a postura tomada pela emissora é um tanto preocupante, quando não informa aos telespectadores como anda o processo eleitoral de um município.

Foi uma cobertura deficiente porque não apresentou os candidatos, não realizou entrevistas de estúdio; enfim, preferiu se omitir. Essa omissão pode ter vários motivos, os quais não foram detectados no presente estudo. Entretanto, o número elevado de candidatos (nove ao total, no primeiro turno) talvez tenha interferido na escolha editorial do jornal, tendo que inserir esse tempo dentro da média de 6 minutos, que o telejornal local 2ª edição da TV Coroados tinha em 2008.

O que preocupa em nossa pesquisa é a decisão de transmitir uma série (A vez do cidadão) que não traz identificação nenhuma com a situação da eleição no Paraná. Poderia ser um espaço dedicado a informações dos candidatos.

Na Tarobá, como já vimos, a cobertura foi mais visível, tendo em vista que ela em seu telejornal abriu espaço para que cada candidato pudesse se manifestar, nas entrevistas de estúdio. E ainda cobriu, mesmo que sutilmente, algumas atividades durante a campanha eleitoral.

Nenhum dos telejornais analisados, como hipóteses iniciais do projeto, estabeleceu critérios enviesados, favorecendo ou desfavorecendo algum candidato. Ambos se mostraram neutros neste primeiro turno.

6 - Referências bibliográficas

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN – WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. **Mídia e Política no Brasil**: Jornalismo e Ficção. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.



CHAIA, Vera; CHAIA, Miguel. (orgs.). **Mídia e Política**. Cadernos do Neamp. São Paulo: Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, PUC, 2000.

ENTMAN, Robert. Framing: toward classification of a factured paradigm. **Journal of Communication**. New York: 1993.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

IANNI, O. **O Príncipe Eletrônico**. In: Enigmas da modernidade-Mundo. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, Venício A de. **Mídia: teoria e política**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

_____. **Mídia – Crise Política e Poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006

_____. **Mídia e Eleições 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

MIDÕES, Miguel. **Novos e velhos meios de comunicação na esfera pública de Habermas**. Artigo do Mestrando em Comunicação Pública, Política e Intercultural na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD).

NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais**. São Paulo: Summus, 2008.

RONDELLI, Elizabeth. **Televisão: Modos de Ver, Modos de Dizer**. Brasil: Comunicação, Cultura e Política, Rio de Janeiro, p. 226-241, 1994.

RUBIM, Antônio Albina Canelas. Comunicação, espaço público e eleições presidenciais. **Comunicação e Política**, São Paulo, vol. 9, p. 7-21, 1989.