

Projeto Especial JN no Ar: Análise das reportagens sobre São Gonçalo do Amarante no Jornal Nacional e *blog* oficial¹

Juliana Vasconcellos TELES²
Valquíria Aparecida Passos KNEIPP³
UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, RN

Resumo

Em um momento de convergência midiática, o telejornalismo encontra-se em transição. A notícia passa a não ser transmitida ao telespectador apenas durante o telejornal mas é difundida em outras plataformas, como em *sites, blogs, twitter, facebook*. Este artigo visa mostrar a apropriação da *internet* pelo Jornal Nacional. Para tanto, lançou-se mão da análise de conteúdo das reportagens sobre a cidade de São Gonçalo do Amarante (RN) veiculadas no telejornal da Rede Globo e publicadas no *blog* oficial do projeto especial JN no Ar, no dia 09 de setembro de 2010. O objetivo desta pesquisa foi verificar as diferenças entre o conteúdo televisivo e eletrônico e as suas interrelações. Como base conceitual e teórica apoiada na comunicação linear e em rede. Entre as considerações, não foi percebida ligação direta entre os comentários e a edição da matéria televisiva.

Palavras-chave: Telejornalismo; Jornal Nacional; Convergência; Notícias *online*

1. Breve histórico do Jornal Nacional em coberturas eleitorais

O Jornal Nacional (JN) surgiu, em 1969, num período de Ditadura Militar e, de acordo com dados da Rede Globo de Televisão, em poucos anos tornou-se um dos mais importantes noticiários brasileiros, alcançando altos índices de audiência. Em 2011, segundo dados do Memória Globo, atingiu, em média, trinta e cinco pontos de audiência e cinquenta e sete por cento de share (medida de aferição do grau de participação de um programa no mercado, em dado momento).

Apesar de ainda ser o telejornal de maior popularidade no país, no, “ano em que virou quarentão, (...) registrou o pior índice de audiência de toda sua história. A média de ibope

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Facha. Especialista em Comunicação e Imagem pela PUC-RJ. Mestranda em Estudos da Mídia, na linha de pesquisa de Práticas Sociais pela UFRN, bolsista Capes - Demanda Social. Email: julianateles@live.com

³ Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Unesp de Bauru, com mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela Eca/USP, professora de graduação e pós-graduação da UFRN. Email: valquiriakneipp@yahoo.com.br

em 2009 ficara em 31 pontos, quase vinte por cento a menos do que o telejornal registrava no início da década” (FELTRIN, 2009).

Por ter sido o primeiro programa de alcance nacional, o telejornal ganhou notoriedade e por muitos anos foi a única fonte de informação para muitos brasileiros. Para Távola (1977), o telejornal “proporcionou a integração do território nacional por meio da TV, aperfeiçoou tecnicamente o jornalismo diário, trouxe uma nova dimensão do repórter de rua, criou os núcleos regionais de telejornalismo, deu dimensão internacional com correspondentes próprios e formou os principais profissionais do setor”. (TÁVOLA, 1977, p.104)

Durante a primeira década de transmissão, o JN foi caracterizado por apoiar a Ditadura Militar e em vários momentos tachado como tendencioso e por suprimir informações.

O Jornal Nacional se tornou um importante instrumento da ditadura para divulgar seus comunicados oficiais, ignorando a tortura, a censura, a corrupção e toda a selvageria do regime. O sanguinário general Médici declarou, certa vez, que se sentia feliz porque no noticiário da TV Globo o mundo está um caos, mas o Brasil está em paz. É como tomar um calmante após um dia de trabalho (CHOMA, 2005).

Após o período militar, nos anos 1980, o Jornal Nacional começou a realizar cobertura política, sendo a primeira para as eleições de 1989, e este foi o primeiro processo eleitoral após o comando dos militares. Nestas eleições, a televisão teve papel fundamental, principalmente, em regiões nas quais a população possuía menos renda pessoal disponível. “Quando eu perguntava aos índios em quem iam votar, (...) qual era o candidato deles, eles diziam que era Fernando Collor. (...) diziam que todo mundo estava falando que ele era o melhor. Quem era esse todo mundo? Claro, a Rede Globo” (SODRÉ, 2002, p.30). Para o autor Muniz Sodré (2009), a mídia atua como uma nova forma de organização social e deve-se pensar na força desta nova bios e a interação desta com a sociedade, além, da força da tecnologia em gerar novas formas culturais, sociais e cotidianas.

Para este pleito, o telejornal organizou o primeiro debate entre candidatos à presidência da república e foi acusado de ter privilegiado o candidato Collor na edição, deixando Luís Inácio da Silva em desvantagem. De acordo com reportagem publicada no Observatório da Imprensa, tratou-se da mais polêmica edição do Jornal Nacional:

A Globo sempre negou que tivesse havido má-fé, mas admite que não foi uma edição equilibrada. Por outro lado, mesmo o PT tem consciência de que Lula não havia se saído tão bem no debate quanto seu opositor, ou

seja, o desequilíbrio do confronto foi reproduzido no Jornal Nacional. Há quase 20 anos permanece a discussão e a pergunta: a edição do debate apenas reproduziu a má performance de Lula ou foi deliberadamente manipulada de modo a privilegiar Fernando Collor? (...)Na época do debate entre os dois candidatos à presidência, já no segundo turno, as pesquisas apontavam um empate técnico; logo, o confronto na televisão era peça-chave na disputa. No dia seguinte ao debate, a Globo exibiu duas edições diferentes sintetizando o confronto entre os candidatos. A primeira foi ao ar no Jornal Hoje. É consenso que o material apresentado foi imparcial e bem equilibrado; talvez tenha havido até um equilíbrio inexistente no debate em si. Já a edição da noite, no JN, apresentou Collor como campeão do confronto.(GOULART, 2008)

Martín-Barbero (1995), mesmo não citando diretamente o JN, estabelece como hipótese, que a cobertura política influencia a decisão de voto do eleitor, porém, este leva em consideração diversos fatores para formar sua opinião e não toma sua decisão apenas a partir do mostrado pela mídia. Porém, com o fim da ditadura e a liberdade de imprensa, a população e mídia puderam se manifestar livremente, o que não necessariamente interrompeu a edição tendenciosa do telejornal.

Para as eleições presidenciais de 1994, a cobertura realizada pelo JN mostrou “um governo fortalecido pelo Plano Real, destacando matérias que favoreciam indiretamente a candidatura de Fernando Henrique Cardoso, criador do Plano e da moeda” (SOUZA, 2009, p.14). Essas eleições ocorreram num momento em que apesar do país estar fortalecido pelo Plano Real, estava receoso após o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Melo. A mídia exerceu grande poder para a decisão da retirada do presidente do cargo e trabalhou de forma maciça na cobertura política da primeira eleição após o *impeachment*. “A interação TV-audiência emerge de um processo complexo, multidimensional, multidirecional, que abarca vários momentos, cenários e negociações que transcendem a tela da TV” (SIGNATES, 2006, p.67).

A eleição de 1998 foi a terceira direta para o mais alto cargo do poder Executivo e a primeira em que o ocupante da presidência poderia pleitear um novo mandato (reeleição). Apesar da importância deste período para o Brasil, neste ano, o Jornal Nacional não incluiu em sua pauta os temas que eram apresentados na propaganda eleitoral.

Os estudos apontavam que houve uma preocupação do Jornal Nacional em conceder o mesmo espaço para cada um dos quatro candidatos melhor colocados nas sondagens de opinião. Inclusive o tempo médio das sonoras parecia rigorosamente cronometrado. A validade das matérias também aponta para um certo equilíbrio, tendo apenas Ciro Gomes recebido um percentual a mais, de 10,5%, de matérias consideradas negativas à sua candidatura.(COLLING; RUBIM, 1998, p.4)

Mas, de acordo com Noelle-Neumann (2002), parte da sociedade acredita que a edição das notícias não é influenciada pelas atitudes políticas dos jornalistas e produtores, porém segundo a autora, este processo não passaria de uma auto-ilusão. Com isso, mesmo aparentemente concedendo o mesmo tempo de exposição para cada candidato, a edição das reportagens pode ter indiretamente privilegiado ou prejudicado algum candidato.

Durante a cobertura das eleições 2002, o JN promoveu rodadas de entrevistas, ao vivo, no estúdio, com os quatro principais candidatos à Presidência da República e teria concedido tempo igual para cada um dos candidatos, porém, os temas escolhidos para serem abordados da entrevista variaram. Para Henn (2002), quando o jornalismo está ligado a grupos econômicos, a edição das matérias pode estar diretamente ligada a interesses políticos, passando a ser parcial e tendencioso. “A atividade jornalística comporta-se como um grande investimento empresarial que vende um produto simbólico”. (HENN, 2002, p.31)

Já em 2006, foi criado o projeto Caravana JN, no qual o repórter Pedro Bial percorreu o Brasil de ônibus especial durante dois meses - de 31 de julho a 29 de setembro -, apresentando os desejos dos eleitores brasileiros de todas as regiões do país. Durante esta cobertura política, a cada quinze dias, os jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes entravam no ar, ao vivo, sempre de uma cidade representativa de cada uma das cinco regiões. Sabe-se que desde a escolha das cidades, que teoricamente, eram realizadas através de sorteios, até a escolha da pauta que seria trabalhada na reportagem, houve a participação da equipe jornalística. Como já abordado, Henn (2002) afirma que o jornalismo quando ligado a interesses políticos diversos, acaba não sendo imparcial.

Outro ponto a ser analisado é a necessidade de uma comunicação capaz de atingir um público heterogêneo, o que pode acarretar à homogeneização, ou seja, na expectativa de atingir uma vasta audiência e direcionar a matéria para diversos públicos e interesses corporativos, e, portanto, o jornalismo televisivo da Rede Globo acaba tendo esse caráter hegemônico e parcial. No Caravana JN, por exemplo, foram visitadas cidades representativas do país nas quais as características apontadas eram mostradas como sendo intrínsecas a todas as cidades daquela região, não respeitando as peculiaridades de cada cultura.

Esse retrato pode confundir o entendimento dos receptores. Atualmente, “a maioria dos investigadores considera que os meios de comunicação têm um efeito decisivo na

concepção de que as pessoas formam da realidade”, isso porque “chegou finalmente ao fim o longo reinado da hipótese dos meios de comunicação como mero reforço da opinião pública”. (NOELLE-NEUMANN, 2002, p.155)

Com a internet e a interação mais clara dos leitores, o jornalismo ficará possivelmente mais próximo do ideal proposto por Tocqueville (2001), que visava que os jornais tornassem o mais independente possível uns dos outros e da política das grandes corporações. Porém, o que vimos ainda hoje é uma similiaridade muito grande entre as coberturas principalmente a de grandes tragédias. Já nas campanhas políticas, existe uma discrepância entre as notícias, devido a eventuais apoios políticos de veículos de comunicação aos candidatos e partidos, enfatizando, assim, que não é praticado um jornalismo imparcial, sem a influência da percepção individual do repórter ou do veículo.

No tocante às evoluções tecnológicas e ao surgimentos de novos dispositivos de comunicação, o Jornal Nacional precisou fazer uma adaptação do formato televisivo para a linguagem digital. Vale ressaltar que, o telejornal ganhou novos dispositivos, contando também com portais e *blogs* especiais. Já, o projeto especial JN no Ar foi criado com dois intuitos: ser um diário de bordo para mostrar os bastidores da cobertura jornalística e armazenar as reportagens televisivas.

2. Projeto JN no Ar e a cobertura em São Gonçalo do Amarante, RN

De acordo com dados da Rede Globo, para a cobertura política das eleições 2010, houve uma adaptação do projeto Caravana JN e foi criado o projeto JN no Ar, no qual o repórter Ernesto Paglia voou a bordo de um jato Falcon e visitou vinte e sete cidades, sendo uma de cada estado brasileiro, além do Distrito Federal, conforme gráfico abaixo:

Cidades Visitadas	Estado
Almirante Tamandaré	PR
Alto Alegre	RR
Barbalha	CE
Cacoal	RO
Colíder	MT
Coração de Jesus	MG
Feijó	AC
Feira de Santana	BA

Guarapari	ES
Igarassu	PE
Ingá	PB
Joinville	SC
Lençóis Paulista	SP
Macapá	PA
N.S. do Socorro	MG
Paraíso do Tocantins	TO
Pinheiro	MA
Platina de Goiás	GO
Ponta Porã	MS
Porto Alegre	AP
Rio Grande	RS
Rio Largo	AL
São Gonçalo	RJ
São Gonçalo do Amarante	RN
São R. Nonato	PI
Tefé	AM

Das cidades visitadas, São Gonçalo do Amarante foi a décima quarta a receber a equipe do JN no Ar. A cobertura rendeu uma matéria televisiva e três postagens no blog especial e um total de 187 comentários de leitores.

A reportagem televisiva teve a duração de quatro minutos e quarenta e seis segundos e foi dividida em duas partes, sendo a primeira, com duração de menos de dois minutos, mostrando um panorama do Rio Grande do Norte, apresentado por Fátima Bernardes e Willian Bonner. Já a segunda parte iniciou com uma entrada ao vivo do repórter Ernesto Paglia e, em seguida, foi exibida, a gravação feita em São Gonçalo do Amarante.

Na parte inicial, foram apontados nove índices, sendo quatro com resultados negativos, três positivos e dois neutros, e três entrevistados (dois homens com características físicas similares e uma mulher) que apontaram características favoráveis do estado. Se compararmos a edição desta reportagem com a da primeira visitada pelo projeto, Igarassu (PE), podemos perceber que ao contrário do mostrado na cidade pernambucana, onde dos sete índices, cinco foram negativos e três neutros, não sendo apontado nenhum ponto positivo, na cidade potiguar foram apontados três índices positivos.

Acrescenta-se que todas as vinte e sete reportagens televisivas apresentaram entre seis e nove índices na parte inicial, porém, as temáticas variavam de acordo com a cidade.

Contudo, todos abordaram questões como economia, renda mensal, homicídios, número de habitantes e de eleitores.

A segunda parte da reportagem iniciou com uma entrada ao vivo do repórter Ernesto Paglia de dentro do jato Falcon apresentando um resumo da cobertura feita na cidade potiguar. Em seguida, foi mostrada a matéria editada, que afirmava que a cidade faz parte da região metropolitana de Natal e tem trezentos anos. Apontou ainda pontos positivos, tais como sede do novo aeroporto internacional do estado, modernização da cidade, desenvolvimento econômico (artesanato, fabricação de tijolos e criação de camarão - carcinicultura) e negativos, como construção do aeroporto inacabada, monumentos culturais não preservados, não preservação ambiental.

Nesta parte da reportagem foram entrevistados quatro personagens, sendo empresário, historiador, trabalhador da olaria, cozinheira. O único que faz questionamentos é o trabalhador que afirma que o governo federal não dá subsídios para que as olarias possam se modernizar e obter equipamentos que ajudem a preservação ambiental.

O repórter Ernesto Paglia estava com um semblante sorridente e usou termos favoráveis como “com muito gosto aprendo o que é ser um verdadeiro potiguar”. No geral, o repórter fez uso de mais expressões e termos positivos, tais como “promessa de conclusão do aeroporto”, “solo rico em argila”, criação de camarão é outra atividade muito importante da cidade”, “proteínas se transformam em delícias como essas” do que negativos como “sérios problemas ambientais”, “olarias primitivas”, “atividade nada gentil com o meio ambiente”, “difícil falar em modernização”.

Porém, além da reportagem televisiva, esta cobertura jornalística contou com três postagens no blog oficial. Os títulos eram: “JN no Ar tem aula de História na van em São Gonçalo do Amarante (RN)”, “Ernesto Paglia entre as misses em São Gonçalo do Amarante (RN)” e “Paglia fala sobre o dia em São Gonçalo do Amarante (RN)”. No total houve cento e oitenta e sete comentários de leitores, sendo cento e dois na primeira postagem; cinquenta e um, na segunda e trinta e dois, na terceira.

O primeiro *post*, em formato de diário de bordo, mostrou parte da entrevista com o historiador convidado, porém não fez comentários sobre a cidade. No segundo, retratou o encontro do repórter Ernesto Paglia com duas misses do RN: *Miss Simpatia 2010* e *Miss Natal Model 2010*, sendo que este encontro não foi mostrado na matéria televisiva. Já o terceiro *post* foi veiculado poucos minutos antes do repórter entrar ao vivo no Jornal Nacional e foi também postado um vídeo onde Ernesto Paglia diz como foi o dia na cidade.

Vale ressaltar que dos cento e oitenta e sete comentários dos leitores, cento e sete parabenizavam a equipe de reportagem, quarenta e quatro questionaram a cobertura e fizeram contribuições, nove fizeram considerações neutras e vinte e cinco fizeram questionamentos sobre outras reportagens.

Considerações Finais

Após analisar o conteúdo da reportagem exibida no Jornal Nacional e das três postagens no blog do projeto, foram vistas muitas diferenças entre as publicações online e a televisiva, principalmente no tocante a abordagem e linguagem. Porém, os *posts* se apresentaram como um diário de bordo, narrando como foi a visita da equipe na cidade. Por outro lado, a reportagem exibida no JN seguiu a mesma lógica das outras 26 matérias, apresentando dados positivos e negativos do estado e, principalmente, da cidade sorteada. Mas, não foi percebida ligação direta entre os comentários e a edição da matéria televisiva, uma vez que parte das postagens foram publicadas após o Jornal Nacional ter sido veiculado.

Destaca-se também que em um momento de ascensão do uso da internet pelos brasileiros e manutenção dos altos índices de audiência televisiva, “ao contrário do que chegou a ser anunciado, a TV está longe do seu fim. Um levantamento do Ibope Mídia aponta que o aparelho é prioritário no dia a dia de setenta e sete por cento dos entrevistados, mais que o celular (setenta por cento) e o computador com internet (cinquenta e oito por cento).” (FINGER, 2011, p.1) Nesta fase, faz-se necessária, por parte dos veículos tidos como tradicionais (tevé, rádio, jornal e revista), a apropriação da internet como forma de expandir a visualização de conteúdo jornalístico, como foi o caso do Jornal Nacional e, conseqüentemente, do JN no Ar.

Bem vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (JENKINS, 2009, p.29 apud FINGER, 2011, p.3)

Porém, existe uma diferença entre o telejornal e o projeto especial. No caso do Jornal Nacional este surgiu com formato exclusivo para a televisão e somente anos depois, em 2001, ganhou uma página no ciberespaço. No entanto, o projeto especial já foi concebido com o intuito de ingressar nas duas plataformas e também possibilitou ao

telejornal interagir com o telespectador através dos comentários publicados no Blog. Ressalta-se que para Martín-Barbero (1995, p.55), a participação do receptor, não é apenas uma etapa do processo de comunicação, mas uma nova forma de mediação.

Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra Portella; RECUERO, Raquel. **Blogs: Mapeando um objeto**. Trabalho apresentado no VI Congresso Nacional de História da Mídia, no GT História da Mídia Digital. Universidade Federal Fluminense, 13 a 16 de maio de 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa : Edições 70, 1977

BARROS FILHO, Clóvis; COUTINHO, Marcelo e SAFALLE, Vladimir. Os usos das novas mídias na campanha presidencial 2006. apud LIMA, Venício. **A Mídia nas Eleições 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1998.

CHOMA, Jeferson. **Jornal Nacional: contando a versão dos poderosos**. Opinião Socialista, 2004. Disponível em <http://www.pstu.org.br/jornal_materia.asp?id=2480&ida=2> . Acesso em 26 fev. 2012.

COLLING, Leandro. **A economia no Jornal Nacional nas eleições de 1998**. Salvador: Revista Diálogos Possíveis, v. 1, n. 0, p. 113-132, 2002.

FECHINE, Yvana. **A programação da TV no cenário de digitalização dos meios: configurações que emergem dos Reality Shows**. In: FREIRE FILHO, João (org.). **A TV em transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009

FELTRIN, Ricardo. **Jornal Nacional, 40, fecha ano com menor ibope de sua história**. Uol, 2009. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/oops/ultnot/2009/12/08/ult2548u814.jhtm>>. Acesso em 26 fev. 2012.

FERNANDES, Carla. **Os contrapontos eleitorais e os cinco Brasis em campanha pela Caravana JN**. São Paulo: PUC-SP. 2009

FINGER, Cristiane. **Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital**. Intercom 2011.

FRANÇA, Vera Veiga. **O objeto da comunicação/ a comunicação como objeto**, pp. 38-60, apud

GOMES, Itania Maria Mota. **Telejornalismo de qualidade. Pressupostos teórico-metodológicos para análise.** In: UNIrevista - Vol. 1, nº 3, julho 2006.

GOULART, Alexander. **A mais polêmica edição do Jornal Nacional.** Observatório da Imprensa, 2008. Disponível em
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_mais_polemica_edicao_do_jornal_nacional>. Acesso em: 26 mar. 2011.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HENN, Ronaldo. **Os fluxos da notícia.** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. ALEXANDRIA, Susana. São Paulo: Aleph, 2009.

KLAPPER, J. T. **Os efeitos da comunicação de massa.** apud COHN, Gabriel. Comunicação de massa e indústria cultural. 5a. ed.. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

LIMA, F.B. em depoimento à Florentina Souza (2009:8). apud SOUZA, Florentina. **Sem Imagem, Sem Voz: O Telejornalismo nos Tempos da Ditadura Militar.** Intercom 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.** Apud SOUSA, Mauro Wilton de. Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: USP Brasiliense, 1995.

MEMORIA GLOBO. Disponível em:
<http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php>. Acesso em 22 ago. 2011.

MIGUEL, Luis Felipe. **A descoberta da política. A campanha de 2002 na Rede Globo.** apud RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil.** São Paulo: Hacker Editores, 2004.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **Os efeitos dos meios de comunicação na pesquisa sobre seus efeitos.** apud ESTEVES, Pissarra João. Comunicação e Sociedade. Lisboa: Livros Horizonte, 2002.

PAGLIA, Ernesto. **O Diário de Bordo do JN no Ar: Cruzando o país numa cobertura histórica**. São Paulo: Editora Globo, 2011.

PROSS, Harry. **La clasificación de los medios**. apud PROSS, Harry; BETH, Hanno. *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona: Anthropos, 1990.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBASA, Gustavo Guimarães. **Dicionário da Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas e AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa**. Lua Nova [online]. 1998, n.43.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Democracia, cultura e comunicação no Brasil**. apud Intercom. *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: julho a dezembro de 1985.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Combates na fronteira eletrônica: A Internet nas eleições 2006**. In:

LIMA, Venício. **A Mídia nas Eleições 2006**. Fundação Perseu Abramo: São Paulo, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização** apud MORAES, Denis (org.). *Sociedade Mediatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SOUZA, Florentina. **Sem Imagem, Sem Voz: O Telejornalismo nos Tempos da Ditadura Militar**. Intercom 2009.

TÁVOLA, Artur da. **Os Cinco Marcos na História do Telejornalismo no Brasil** apud O Globo, 30 ago. país, p.4. 1977.

TRAQUINA, Néelson. **Teorias do jornalismo I: porque as notícias são como são**. Florianópolis. Insular: 1993.

TOCQUEVILLE, Alexis. **A Democracia na América: Leis e Costumes**. Tradução de Eduardo Brandão. 1ª ed. São Paulo. Martins Fontes. 2001.