



A Qualidade da Cobertura Política no Jornalismo Pernambucano (Jornal do Commercio): O Desafio Da Legitimação Social¹

André Arraes de Alencar Valença²

Heitor Costa Lima da Rocha³

Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

Apesar de, nos últimos 30, 40 anos, outras áreas do jornalismo terem se hipertrofiado e ganhado mais importância, a cobertura política continua sendo considerada talvez a mais importante seção de um jornal impresso. Durante o período eleitoral, há um aumento de interesse na área. O presente trabalho é um estudo da cobertura feita pelo Jornal do Commercio (JC) dos dois últimos meses de campanha do primeiro turno das eleições estaduais e presidenciais de 2010. A pesquisa revelou que, muitas vezes, o JC deixou de lado certos preceitos essenciais para a construção de notícias que prezem uma discussão política verdadeiramente controversa.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; política; eleição; Pernambuco; comunicação.

1. Introdução e problematização

O estado de Pernambuco é conhecido como um dos que tem maior tradição política no país. Consequentemente, a cobertura política de tradicionais jornais impressos é de grande relevância para os estudos comunicacionais da região, por estarem presentes, acompanhando os processos políticos pelos quais passou o estado. Contudo, neste trabalho, partimos da hipótese que o tempo de experiência desses veículos – particularmente, do Jornal do Commercio, (JC) – não faz com que eles produzam uma cobertura da discussão política que subsidie adequadamente o posicionamento eleitoral do leitor/eleitor.

Para que o trabalho pudesse ser realizado, e a esta hipótese fosse apoiada, cada uma das matérias dos dois últimos meses de campanha eleitoral para primeiro turno produzidas pelo Jornal do Commercio foram analisadas qualitativamente e quantificadas em uma série de critérios. Neste artigo, são trabalhados: tipo de notícia, versões, posicionamento e a representação dos candidatos “menores”.

A análise foi desenvolvida, principalmente, a partir da utilização dos valores-notícia e critérios de noticiabilidade na seleção e no enquadramento das matérias, com

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior no 13º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado em Maceió (AL) no período de 15 a 17 de junho.

² Graduando em Jornalismo da UFPE e bolsista de Iniciação Científica (aaavalenca@gmail.com).

³ Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da UFPE e orientador do projeto de



o intuito de verificar a relevância social dos temas agendados na pauta e a representatividade da sua construção, principalmente, identificando a prevalência de diversidade significativa ou versão única na estratégia de legitimação social do JC. Esses critérios são importantes para definir como público é considerado nas estratégias de construção da notícia. Diretrizes dessas estratégias podem ser reconhecidas no texto de Nelson Traquina sobre os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia:

Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia (TRAQUINA, 2004, 107-108)

A partir deste ponto, visamos também observar a existência ou não de uma certa subversão nos valores-notícia de seleção/construção da notícia. Será que os critérios utilizados pelos grandes jornais locais obedecem ao processo de construção de notícia de forma fiel? Ou de forma ética? Será que, no jornalismo político impresso Pernambucano, podemos encontrar questões de factual importância e relevância no que diz respeito ao debate político realizado na esfera pública (se é que acontece tal debate)?

2. A articulação da esfera pública pelo jornalismo

Na nossa pesquisa, esse estudo só se fez possível levando em conta os três modelos de deliberação no debate público articulado pelo jornalismo, como aparecem em Habermas (1997). Para estudar o que se passa na cobertura política agora, se torna indispensável falar de modelos que lhe concernem e, através disso, visualizar uma perspectiva futura de melhora. No primeiro modelo (modelo de acesso interno, ou *inside access model*), “a iniciativa é dos dirigentes políticos ou detentores do poder: antes de ser discutido formalmente, o tema segue o seu percurso no âmbito do sistema

político, sem a influência perceptível da esfera pública ou até com a exclusão dela” (HABERMAS, 1997, p. 113-114).

No segundo modelo (modelo de mobilização, ou *mobilization model*), “a iniciativa também é do sistema político; porém, seus agentes são obrigados a mobilizar a esfera pública, uma vez que necessitam do apoio de partes relevantes do público para atingir um tratamento formal ou para conseguir a implementação de um programa já votado” (HABERMAS, 1997, p. 114).

E é apenas no terceiro modelo (modelo de iniciativa externa, ou *outside initiative model*) que “a iniciativa pertence às forças que se encontram fora do sistema político, as quais impõem o tratamento formal utilizando-se da esfera pública mobilizada, isto é, da pressão de uma opinião pública” (HABERMAS, 1997, p. 114). Neste último modelo, são, justamente, as forças que estão fora do sistema político, na periferia da estrutura de poder, que pautam reivindicações e, através da mobilização da esfera pública, formam opinião e vontade política capazes de, como força material, conferir maior representatividade e legitimidade à ordem institucional.

Todas essas questões importam no que se refere à discussão sobre a Comunicação e ao direito do cidadão de participação política. Isso se entende quando se percebe a importância do jornalismo político não só para o jornalismo impresso, mas para qualquer tipo de *media*. Por exemplo, um estudo de Herbert Gans no final dos anos 70, como ressalta Traquina, aponta para a tendência dos jornais (neste caso, televisivo) a enfatizar a cobertura política:

O que é notícia? Os dados do estudo de Gans demonstraram que a soma de três diferentes categorias de notícias todas ligadas à atividade do governo, nomeadamente, a) conflitos e desacordos dentro do governo, b) decisões e propostas governamentais e cerimônias, e c) mudanças de pessoas exercendo funções governamentais, representa entre 45 e 56 por cento dos acontecimentos noticiáveis nos anos estudados (TRAQUINA, 2004, 100-101).

A pesquisa também contemplou a avaliação quantitativa da incidência de enquadramento no conceito de “esfera da controvérsia legítima” ou em versão única das notícias da cobertura política do Jornal do Commercio.

Para o entendimento teórico do processo político por que passa a sociedade contemporânea, o trabalho de Jürgen Habermas (1997) funcionou como um pilar fundamental, quando demonstra uma pertinente observação sobre o debate na esfera

pública, assim como a apresentação dos conceitos de “facticidade” e “validade”, no texto “Direito e Democracia”; Michael Gurevitch (1999) também dá uma contribuição interessante, com o seu “A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC”, quando, citando Patterson, compara a cobertura das eleições a “corridas de cavalo” e observa o diálogo (mesmo quando não há uma diversidade significativa) que o jornalista pode construir entre dois atores políticos, mesmo sem ter havido um diálogo físico de fato. Nelson Traquina (2004) traz a definição sobre valores-notícia que ajudam a trabalhar em cima de um conceito bem explicado do que é notícia. E João Pissarra Esteves (2005), em “O Espaço Público e os *Media*”, apresenta, explicados de forma mais simples, alguns dos mesmos conceitos utilizados por Habermas, além de uma visão própria sobre a esfera pública e os meios de comunicação.

Outro ponto interessante é uma quantificação de dois conceitos apresentados por Edward S. Herman, em “Teoria da Ação Política” (1999). É a questão da diversidade da matéria, se é significativa, ou não (marginalizada). No olhar da pesquisa, para que uma notícia se encaixe como apresentando diversidade significativa, ela deve conter,

Primeiramente, os assuntos selecionados para serem focados pelos meios de informação devem englobar todos os temas que sejam de interesse substancial para a maioria da população. Em segundo lugar, quando há uma série de fatos plausíveis e sistemas de interpretação que têm relação com um tema, todos esses fatos e sistemas devem estar disponíveis para inspeção pública (...). Assim, se apenas um conjunto de assuntos ou fatos é posto à disposição da população em geral, quer por censura tácita ou oficial, a condição de diversidade significativa não é satisfeita. Ou se os temas, fatos e perspectivas que se desviam da perspectiva geral estabelecida estão confinados aos limites da mídia e não chegam ao grosso da população, o resultado é o que pode ser chamado de diversidade sem sentido ou “marginalizada”. (HERMAN, 1999, p. 214)

Um padrão se repete nas edições do Jornal do Commercio. O referido periódico prezou por uma cobertura jornalística do período eleitoral baseada no partidarismo. Mais especificamente, no “fulanismo”, que põe os líderes políticos acima da importância do momento político-social que é uma eleição. Por exemplo, várias das matérias fizeram referência à dualidade (e aí, podemos perceber, também, a “polarização” como um elemento recorrente no JC) de Jarbas Vasconcelos e Eduardo Campos, quase sempre atribuindo a disputa para a majoritária estadual a uma suposta *vindita* de Eduardo, que tentaria infligir a Jarbas uma derrota com uma diferença maior

de votos do que aquela protagonizada pelo próprio Jarbas e o avô de Eduardo, Miguel Arraes, que sofreu de Jarbas, nas eleições para governador de 1998, uma derrota com diferença de mais de um milhão de votos. Esse tipo de cobertura, recheada de frivolidade, tira do eleitor a possibilidade de fazer uma escolha que se refira à sua própria convicção política. O debate midiaticizado fica, então, reduzido a “disputas palacianas”.

Desta maneira, ocorre o que Habermas (1997, p. 110), em tom crítico, considera “a personalização das questões objetivas, a mistura entre informação e entretenimento, a elaboração episódica e a fragmentação de contextos formam uma síndrome que promove a despolitização da comunicação pública”.

Consequentemente à polarização dos candidatos, é possível notar o alijamento dos chamados “candidatos menores” da pauta dos “grandes jornais”. Neste contexto, importa destacar as três esferas descritas por Daniel Hallin. De acordo com Hallin (*apud* TRAQUINA, 2004), o “mundo do jornalista” pode ser dividido em três esferas. A primeira, a esfera do consenso, é “a região em que encontramos os valores consensuais da sociedade, como a pátria, a maternidade, a liberdade” (TRAQUINA, 2004). Essa esfera não implica em pontos de vista controversos e, por isso, o jornalista se sente impelido a conservar tais valores. A “esfera da controvérsia”. “Esta é a região onde a objetividade reina soberanamente na prática jornalística. Aqui a neutralidade e o equilíbrio são as principais virtudes jornalísticas” (TRAQUINA, 2004). A última esfera é a do “desvio”. “Para além da esfera de legítima controvérsia estão os atores e pontos de vista políticos que os jornalistas e os valores dominantes rejeitam como marginais”⁴ (TRAQUINA, 2004), como é o caso dos citados candidatos “menores”.

Outro ponto importante da pesquisa é a avaliação das formas como é noticiada a eleição. O texto “A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC”, de Michael Gurevitch e Jay B. Blumler (1999), cita Thomas Patterson, dizendo, sobre a cobertura política dos EUA, que “os principais canais televisivos (os networks) descrevem predominantemente as eleições presidenciais como uma corrida de cavalos (grifo meu), dando muito mais atenção ao que ele chama de ‘jogo’ eleitoral”. Ainda na perspectiva televisiva, é possível perceber em Pierre Bourdieu uma convergência com o que foi exposto por Gurevitch e Blumer. Segundo ele, a televisão (e isto pode ser

⁴ Em *The “Uncensored War”* (1986), Hallin define graficamente a *esfera do consenso* como um círculo, a da *controvérsia* como um círculo que rodeia o primeiro círculo e a esfera do *desvio* como a área de fora das duas circunferências.

estendido a outros meios de comunicação), “ao insistir nas variedades, preenchendo esse tempo raro com o vazio, com o nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos” (BOURDIEU, 1997).

Podemos reparar que essa tendência é refletida na cobertura política brasileira, de forma mais rudimentar. Títulos de notícias como “Confronto Dilma e Serra num morno cara a cara (6 de agosto de 2010)”, “Dilma mantém cinco pontos sobre Serra (7 de agosto de 2010)”, “A intensa disputa Maciel x Armando (5 de setembro)” e “Armando passa Maciel (24 de setembro)”, representam bem, supostamente, “qual é o cavalo que está com a cabeça mais à frente”. Em certo ponto, o JC passou a colocar uma contagem regressiva para o dia do primeiro turno.

É evidente que, em alguns pontos, a cobertura se mostra tão avançada como qualquer diretriz do jornalismo contemporâneo. Voltando a Gurevitch e Blumler, o seu texto aponta como necessidade do bom jornalismo o estabelecimento de diálogos entre os posicionamentos das figuras políticas, mesmo sem ter, de fato, acontecido um diálogo físico entre elas. Contudo, esse “processo editorial de selecção, comparação e justaposição de afirmações, que podem ter sido feitas independentemente umas das outras, dá geralmente uma versão extremamente ‘condensada’ da campanha (GUREVITCH; BLUMLER, 1999, p. 207).

Quando apresenta uma matéria que atinja negativamente um político, o Jornal do Commercio, comumente, também mostra outra com uma retaliação. É uma prática comum do jornal, mesmo quando uma das matérias não apresente, necessariamente, uma diversidade significativa, há uma preocupação, do jornal, de “mostrar os dois lados da moeda”, mesmo que seja uma moeda “viciada”, ou “distorcida”, numa terminologia menos pejorativa.

Desta maneira, pretendeu-se aprofundar a pesquisa, cuja questão principal não é, exclusivamente, contabilizar a quantidade de matérias positivas, ou negativas da situação ou da oposição. O importante – e mais relevante cientificamente – é mapear a quantidade de matérias que apresentem um mínimo de equilíbrio e diversidade significativa, ou não, para subsidiar uma maior consciência do eleitor que reivindique um debate verdadeiro capaz de ultrapassar o limite dessas “disputas palacianas”. Até agora, podemos perceber que a cobertura política está desgastada, no sentido de não apresentar ao leitor/eleitor as ferramentas das quais precisa para fazer uma escolha acertada de acordo com seus ideais. Mas, como aponta Habermas, apesar dos estorvos



decorrentes da desigualdade existente entre as elites e os indivíduos e movimentos sociais da periferia da estrutura de poder, a autoridade do público pode, nos momentos de crise, impor mudanças ao sistema político.

Os papéis de ator, que se multiplicam e se profissionalizam cada vez mais através da complexidade organizacional, e o alcance da mídia têm diferentes chances de influência. Porém, a influência política que os atores obtêm sobre a comunicação pública tem que apoiar-se, em última instância, na ressonância ou, mais precisamente, no assentimento de um público de leigos que possui os mesmos direitos. O público dos sujeitos privados tem que ser convencido através de contribuições compreensíveis e interessantes sobre temas que eles sentem como relevantes. O público possui esta autoridade, uma vez que é constitutivo para a estrutura interna da esfera pública, na qual atores podem aparecer”. (HABERMAS, 1997, p. 96)

Habermas destaca a importância da qualidade do debate estabelecido pelo jornalismo para a garantia de uma diversidade significativa na deliberação pública:

as opiniões públicas que são lançadas graças ao uso não declarado de dinheiro ou poder organizacional perdem sua credibilidade, tão logo essa fontes de poder social se tornam públicas. Pois as opiniões públicas podem ser manipuladas, porém não compradas publicamente, nem obtidas à força. Essa circunstância pode ser esclarecida pelo fato de que nenhuma esfera pública pode ser produzida ao bel-prazer (HABERMAS, 1997, p. 97)

Portanto, acreditamos que as limitações de qualidade da cobertura política do jornalismo, como as identificadas neste trabalho, repercutem diretamente no nível de racionalização pública verificado nas escolhas e decisões sobre as questões do interesse geral da sociedade.

3. Resultados

Ao analisar todas as matérias do caderno de política do Jornal do Commercio no período de 1º de agosto a 4 de outubro de 2010 (período eleitoral até o fim do 1º turno), pudemos perceber que a cobertura política não contemplava, em sua plenitude, os quesitos essenciais de uma cobertura que comporta as necessidades do cidadão, quesitos estes comentados no referencial teórico. Ao invés disso, ficaram marcadas as pautas de agenda, da “fulanização” da política e de cobertura da disputa eleitoral em si (como se fosse uma “corrida de cavalos”) em detrimento de discussões sobre administração

pública e propostas de governo. O JC acabou privilegiando o “embate” entre Eduardo Campos e Jarbas Vasconcelos, ao invés de fazer uma cobertura propositiva e desafiadora, que gerasse discussões passíveis de uma controvérsia significativa. Títulos de matéria como “Assédio do Palácio não fissa Ozano (14 de setembro)” representam bem esta opção. É o “jogo” político que importa, e não o trato administrativo.

Como mostra o Gráfico 1, mais de 30% das matérias veiculadas rotulamos como “não passível de controvérsia significativa”. Não só esse número representa uma parcela grande de matérias que não interessariam ao público em geral, como o número de “passíveis de controvérsia significativa” não represente completamente matérias que geram um debate, visto que classificamos as pesquisas de intenção de votos, as chamadas para debates e as agendas para eventos como “passíveis de controvérsia significativa”, porque esses dados, factualmente, interessam ao leitor, mesmo não apresentando uma discussão significativa por parte do repórter.

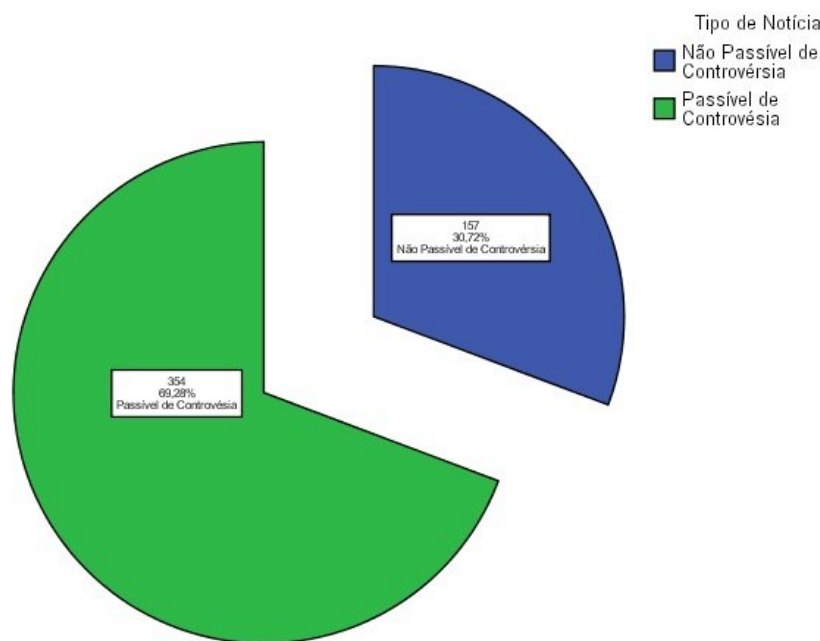


Gráfico 1 - Tipo de notícia

Seguindo adiante, é notório perceber os dados que se referem às versões das matérias. Observando o **Gráfico 2**, percebemos que, enquanto cerca de 40% das matérias analisadas apresentaram “versões únicas dos fatos, com apenas uma fonte”, apenas cerca de 25% delas foram redigidas de forma a agradecer “mais de uma versão

com diversidade significativa”. Outro número que se fez relevante foi a classificação “mais de uma versão com diversidade sem sentido”, totalizada em 20%, e que diz respeito àquelas matérias que aparentam revelar mais de uma diversidade, apresentando mais de uma fonte de mais de um lado, mas que existe um fundo ideológico tendencioso.

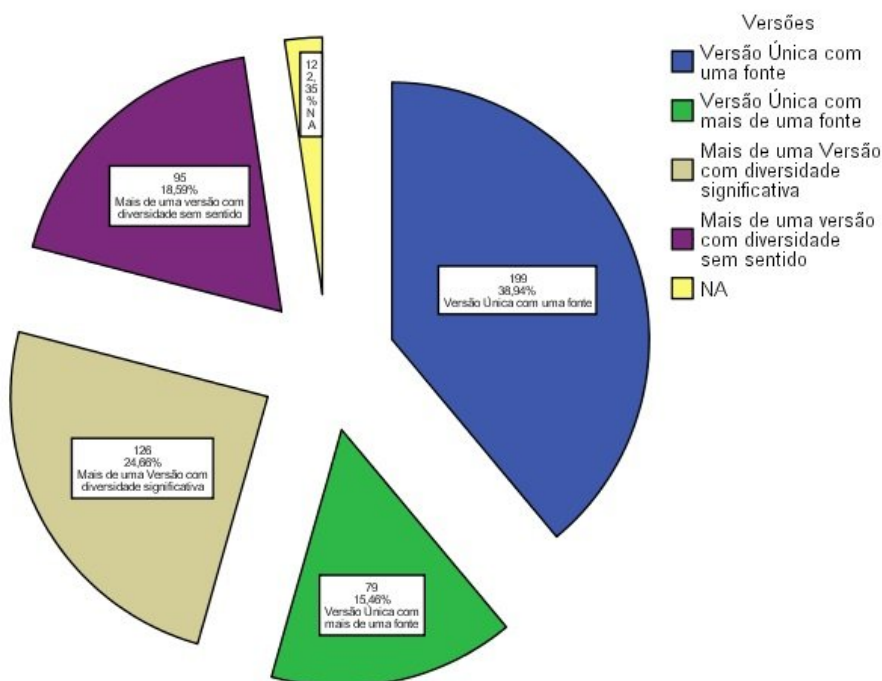


Gráfico 2 - Versões

Este “fundo ideológico” é velado, com sucesso, pela geometria editorial dos cadernos de política no que diz respeito ao espaço destinado a cada candidato. Isto dá ao leitor uma ideia (não necessariamente correta) de que há total parcialidade, quando ele observa o jornal retalhado em “oposição” e “situação”. No **Gráfico 3**, os números clarificam essa preocupação editorial. Tanto os governistas, quanto os oposicionistas, tiveram direito “exclusivo” a cerca de 31% das matérias.

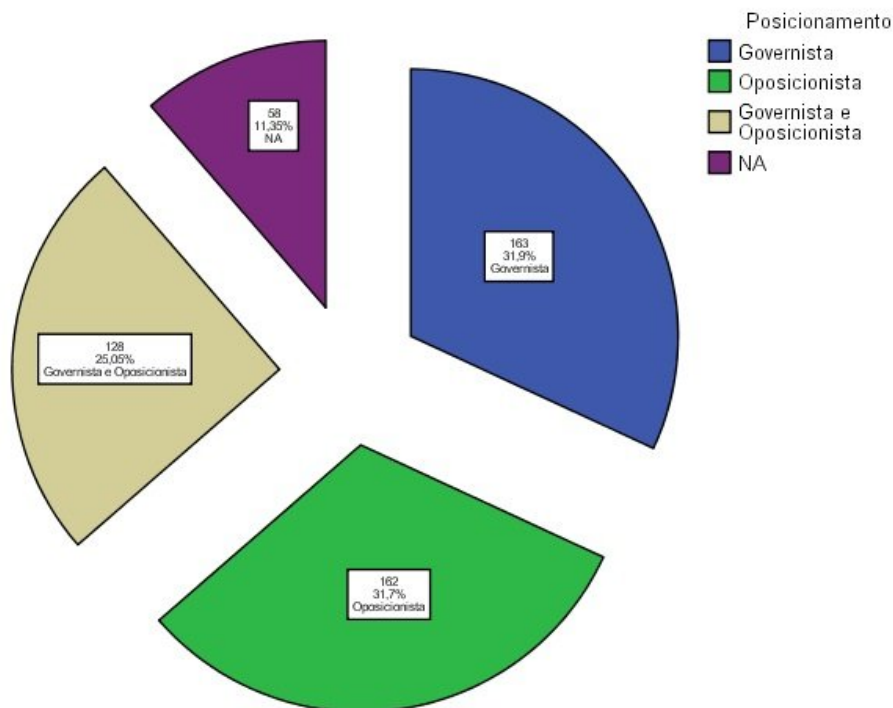


Gráfico 3 - Posicionamento

Esse padrão de suposta equanimidade, contudo, não se repete com candidatos “menores”. A sua representação é substancialmente menos relevante do que a dos “grandes”. Não bastasse a pouca representação, eles aparecem apenas sob certos quesitos (chamamos de “motivos”) específicos. Classificamos a figuração dos candidatos de partidos menores em cinco motivos. São eles:

1. Constatação – quando há, por exemplo, uma pesquisa de intenção de voto, onde os seus nomes, invariavelmente, aparecem para que a estatística apareça em sua íntegra.
 - a. Debates – Aqui, ressaltamos este ponto porque, apesar de ser, muitas vezes, uma constatação (ou porque é uma atividade junto a outros políticos maiores), podemos ver, mesmo que menos, a expressão política de tais candidatos sendo diretamente transposta para o jornal, a princípio, da forma como eles intencionaram.
2. Exotismo – Por exemplo, o candidato do partido verde, Sérgio Xavier, lançou, durante a campanha, as “recicletas”, um tipo de bicicleta controlada por duas pessoas que auxiliar o recolhimento do lixo, para ser usada por

- catadores de lixo. Foi motivo de pauta, recebendo mais atenção do que outros tipos de atividades (mais tradicionais politicamente) que realizava.
3. Coro contra o governo – Quando os candidatos prestam reclamações sobre a administração e, às vezes, a imagem pública, do governador. Deste último caso, há o caso em que Edilson Silva chamou Eduardo Campos de “arrogante”, uma opinião também reproduzida pelo candidato Jarbas Vasconcelos.
 4. Questões jurídicas – Um exemplo disso é a indeferência de Anselmo Campelo, que se deu por conta da não-quitação de dívida no valor de R\$ 3,50 com a Justiça Eleitoral, por não ter votado na eleição de 2008.
 5. No **Gráfico 5**, aparece o item “outros”. Ele representa uma gama de notícias em que os candidatos são representados desprovidos de preconceitos, mas onde não há uma “diversidade significativa”.

No **Gráfico 4**, os números elucidam uma tendência exclusiva por parte do JC em relação aos candidatos considerados “menores”. Das 511 matérias analisadas, os candidatos “menores” só foram representados em 99, ou seja, sua presença só foi referenciada 99 vezes. Isto não quer dizer que houve este tanto de matérias que lhes destinavam. Na verdade, eles só apareceram em apenas 46 matérias e em uma grande parte delas também figurava o nome dos principais candidatos.

O gráfico a seguir mostra os cinco candidatos menores, Sérgio Xavier (PV), Edilson Silva (PSOL), Jair Pedro (PSTU), Roberto Numeriano (PCB) e Anselmo Campelo e Fernando Rodovalho representando o PRTB, visto que o primeiro foi impugnado e o segundo tomou o seu lugar. Como se pode notar, Xavier e Edilson Silva tiveram a maior representação. Ambos são os únicos cujos partidos têm representação parlamentar federal:

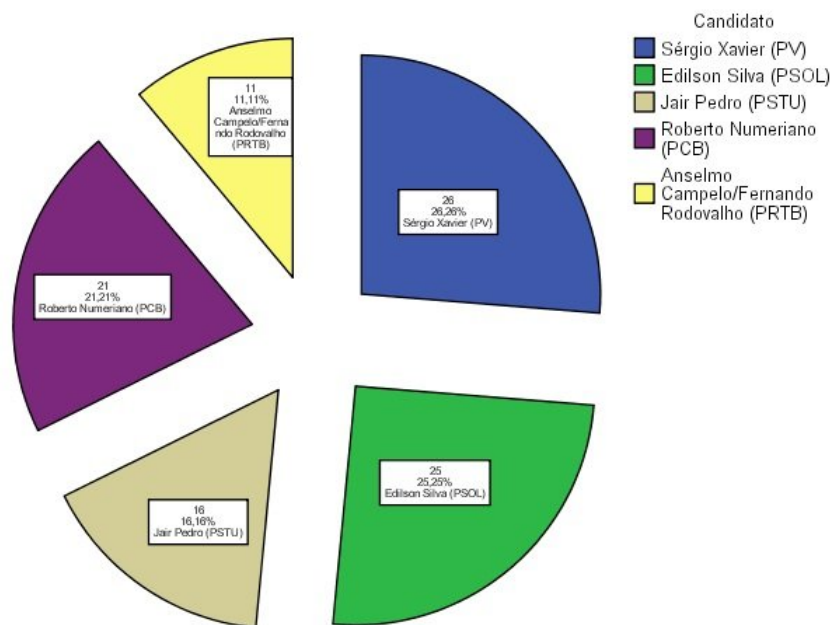


Gráfico 4 – Representação dos candidatos

Estes dados condizem com o gráfico a seguir, demonstrando que, assim como aparecem mais, seu número de representação constatativa aumenta, visto que eles sempre estão, por exemplo, em chamadas de debates que irão acontecer. Percebe-se também que o número de representações constatativas é significativamente maior do que qualquer outro índice, com uma porcentagem acima dos 50%.

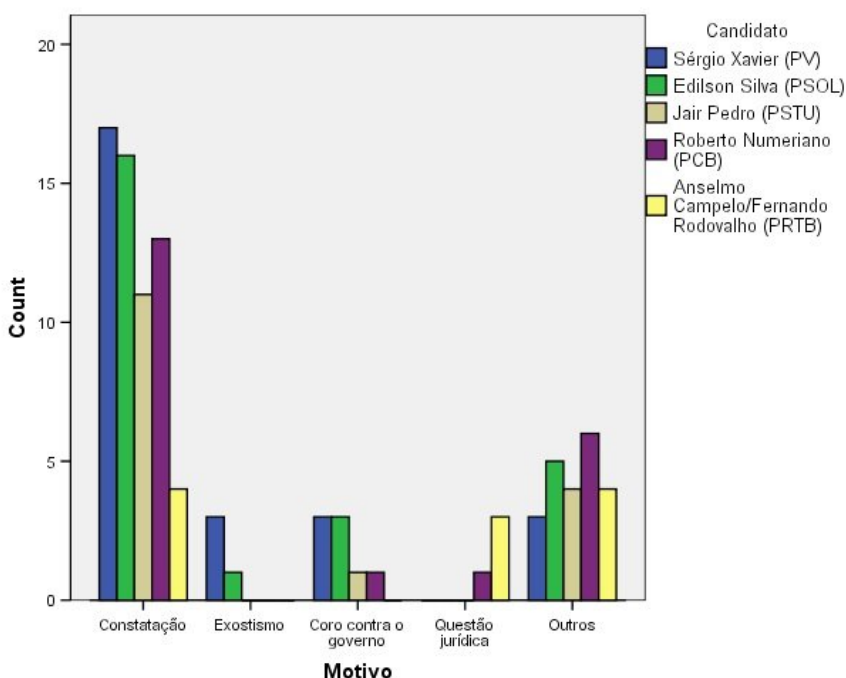


Gráfico 5 – Candidato x Motivo da notícia

Os dados de todos esses gráficos levantam a questão sobre uma representação democrática justa, tanto para os envolvidos no processo político-partidário, quando para os eleitores, que são agentes/instrumentos da Política. O que esses números sugerem é que o Jornal do Commercio não alcançou uma cobertura que contemplasse uma verdadeira discussão política; ampla, irrestrita, substancial e heterogênea. Ao invés disso, enveredou por uma linha de *lugar-comum*, dando valor desproporcionado ao “fulanismo” e às pautas de agenda diária dos candidatos.

4. Conclusão

Certas questões não foram levadas em conta pela cobertura jornalística política do Jornal do Commercio. Apareceu um número de matérias não passíveis de controvérsia significativa muito maior do que deveria figurar num caderno que se pretende elucidativo para o eleitor. Portanto, a cobertura subjugou preceitos importantes para a escolha eleitoral, deixando muitas vezes à parte a discussão programática para, no entanto, realizar uma cobertura baseada nas agendas de campanha. Isto evidencia a escolha do periódico de realizar um trabalho objetivo, e, portanto, receoso de pôr em



pauta questões de verdadeira seriedade, caindo, muitas vezes, nos clichês da política do estado, tais quais o “revanchismo”, o “fulanismo” e o maniqueísmo.

No dia 29 de setembro, o próprio JC resumiu as intenções da cobertura, quando se lamentava do último debate dos candidatos ao Governo do Estado. O título e subtítulo da matéria deixam claro: “Último debate tem mais propostas e provocações sutis – Candidatos ao governo deixam o confronto para segundo plano e, na TV Globo, realizam um debate frio, com mais propostas e menos polêmicas (29 de setembro de 2010, página 6)”. A declaração vem de encontro com as soluções propostas neste trabalho para uma cobertura política mais preocupada com o esclarecimento do público.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Hazar, 1997.

BREED, Warren. **Controle social na redação. Uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999

GUREVITCH, Michael; BLUMLER, Jay G. **A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC**. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

HALL, Stuart e outros. **A produção social das notícias**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

HERMAN, Edward S. **A diversidade de notícias: “marginalizando” a oposição**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

HABERMAS, Jurgen. **Direito e Democracia Entre Facticidade e Validade Vol. 1**. Biblioteca Tempo Universitário 101, São Paulo: Tempo Brasileiro, 1997

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade transnacional**. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, Teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.