

## **OBSERVATÓRIO DE MÍDIA E POLÍTICA DO MARANHÃO: O olhar da academia para a cobertura jornalística sobre o processo eleitoral de 2018 (*work in progress*)<sup>1</sup>**

Zefinha Bentivi<sup>2</sup>  
Li-Chang Shuen<sup>3</sup>

Universidade Federal do Maranhão

### **RESUMO**

Este trabalho é um *work in progress* que relata a pesquisa que se desenvolve no Laboratório de Jornalismo (Labjor) da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Apresentamos as questões norteadoras da pesquisa; objetivos e hipóteses; impactos e resultados esperados e metodologias, além da análise de uma amostragem das notícias publicadas pelos jornais impressos *O Estado do Maranhão* (OEMA) e *Jornal Pequeno* (JP), tendo o termo “candidatura” como componente enquadrado pela notícia.

### **PALAVRAS-CHAVE: JORNALISMO; MÍDIA; POLÍTICA; MARANHÃO**

#### **1 Introdução**

Este artigo apresenta a pesquisa em andamento realizada pelo Laboratório de Jornalismo – Labjor – da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Em contexto, registramos que 2018 é ano de eleições majoritárias e toda a atenção da imprensa volta-se para a cobertura do processo eleitoral: os personagens, suas propostas, seus partidos e tudo aquilo que se relaciona à corrida por uma vaga no Executivo e no Legislativo, nas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. Graduada em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal do Maranhão. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da UFMA e pesquisadora do LABJOR.

<sup>3</sup> Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Estágio Pós-Doutoral no Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Coordenadora do LABJOR.  
Email: lichangshuen@gmail.com

esferas estadual e federal. É uma ótima oportunidade, portanto, para a academia lançar um olhar crítico sobre a cobertura que os veículos de comunicação do Maranhão fazem sobre o processo eleitoral e seus personagens, a partir da criação de um observatório das eleições estaduais. O projeto é coordenado pela professora Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa (UFMA). A equipe é composta pelos professores Josefa M e S B Andrade – Zefinha Bentivi (UFMA) e Márcio Carneiro dos Santos (UFMA) com a participação de alunos da graduação e da pós-graduação (UFMA). Partilhar esta experiência com outros pesquisadores é fundamental para nós. Daí a importância do encontro da Intercom e nosso empenho em dialogar com nossos pares.

Neste *paper*, apresentamos o projeto, em síntese, ao tempo em que fazemos um relato das ações realizadas e/ou em andamento, somado à análise de uma amostragem das notícias publicadas pelos jornais impressos *O Estado do Maranhão* (OEMA) e *Jornal Pequeno* (JP) que tenham como personagens Flávio Dino e Roseana Sarney – candidatos ao governo do Maranhão apontados pelas pesquisas com potencial para vencer o pleito de 2018. A amostragem dos textos resultou do recorte temporal: notícias publicadas nos meses junho e julho de 2018 (período de pré-campanha), selecionadas a partir do banco de dados alimentado pelos pesquisadores do Labjor através da coleta diária das notícias publicadas, utilizando como critérios de seleção a categoria: “candidatura” como componente enquadrado pela notícia. Chegamos então a 10 narrativas publicadas no *Jornal Pequeno* e 21 notícias, no jornal *O Estado do Maranhão*, identificando destas o enquadramento noticioso realizado pelos veículos examinados, por meio da Narratologia associada à técnica de leitura da Linguística Textual.

É imprescindível pontuar que o cenário político estadual é fortemente influenciado pela mídia. Vivemos um momento no qual a corrida eleitoral ao Palácio dos Leões representa, de um lado, a tentativa de consolidação do projeto do grupo liderado por Flávio Dino e, de outro, a tentativa de volta ao poder do grupo ligado ao ex-senador e dono do maior conglomerado de mídia do estado, José Sarney. Antes de chegar às urnas, o embate já está estampado na mídia local. Apresenta-se, assim, a oportunidade de monitorar a cobertura feita pela imprensa e fazer inferências nos campos das teorias da comunicação e do jornalismo e da teoria política.

Partindo deste contexto, a pesquisa tem por objetivo descobrir como os principais candidatos ao cargo de governador são enquadrados na cobertura midiática, avaliando o tipo de tratamento que recebem (positivo, negativo, neutro). Como secundários, temos os objetivos de: a) analisar o tipo predominante de jornalismo praticado durante o período eleitoral pelos principais veículos de comunicação do estado: adversário, advogado ou cão de guarda; b) verificar a relação entre a intensidade da cobertura negativa da mídia e o índice de desaprovação de um candidato, a partir da realização de pesquisas de opinião; c) verificar a relação entre a intensidade da cobertura positiva na mídia e o índice de aprovação de um candidato, a partir da realização de pesquisas de opinião; e, por fim, d) testar a hipótese de que, quanto maior a escolaridade de um colégio eleitoral/cidade, menor o impacto do jornalismo na decisão de voto do eleitor.

Em referência às pesquisas de opinião, interessa-nos, sobretudo, destacar o esforço por realizar pesquisa de recepção. Acompanhando Lopes (1993, p. 82), entendemos ser esta a abordagem que “observa que os processos colocados em movimento pelos receptores na sua prática com os meios são cada vez mais processos perceptíveis, cognitivos, afetivos, relacionais com base na intencionalidade visando produzir significações e sentidos”. Nessa lógica, mais do que “verificar” e “testar” hipóteses, pretendemos compreender os processos interacionais que ocorrem na sociedade maranhense. De acordo com Braga (2016, p. 138), a comunicação, que “se realiza probabilisticamente, com graus variados de sucesso” torna-se possível/realizável porque a sociedade desenvolve processos interacionais nos quais e pelos quais seus participantes “organizam dispositivos variados que ‘modelam’ o funcionamento comunicacional que aí ocorre”.

## **2 histórico, impactos e resultados esperados**

Com esta pesquisa, propomo-nos a realizar mais uma etapa rumo ao entendimento da realidade político- midiática do Maranhão, com o diferencial de

buscar respostas em um evento em andamento: as eleições majoritárias. Estudar a relação entre o sistema midiático, os candidatos, as notícias sobre eles e o impacto dessas notícias na intenção de voto dos eleitores é importante para que possamos avançar em relação à metodologia e, principalmente, à atualização teórica a partir de resultados práticos. Isto porque as teorias que explicam o funcionamento da democracia precisam ser constantemente confrontadas com as dinâmicas sociais, por isso a realização de pesquisas empíricas no campo da Comunicação Política é fundamental, especialmente em anos de eleição, principal momento ritual da democracia. Um esforço que começou em 2015 com a realização da pesquisa **Governando Contra as Notícias: o primeiro ano do governo Flávio Dino nas páginas de O Estado do Maranhão**, financiada pela FAPEMA.

Ao longo dos estudos teóricos prévios à fase de apuração dos dados, sobreveio a necessidade de aprofundamento, tanto teórica quanto metodologicamente, no campo da relação entre mídia e política. Assim, a pesquisa está sendo desenvolvida a partir de dois eixos: a discussão sobre o jornalismo como instituição política e a atuação concreta dos meios de comunicação do Maranhão durante o período eleitoral. Acreditamos que a principal contribuição desta pesquisa será demonstrar como a mídia constrói sua representação dos candidatos ao cargo de governador do Maranhão, tecendo suas narrativas e discursos, e como essa representação impacta na intenção de voto dos eleitores. Não foram encontradas pesquisas semelhantes no contexto maranhense.

### **3 Desenho metodológico da pesquisa**

Dada a complexidade dos objetivos de pesquisa, o desenho metodológico envolve várias etapas e processos, conforme descritos a seguir. **1-Levantamento bibliográfico:** fase inicial e indispensável de qualquer pesquisa. Como existe a proposta de desenvolver melhor conceitos pouco elaborados dentro da perspectiva crítica da comunicação política, será feita uma investigação sobre o estado da arte desses conceitos, para posterior avanço no diálogo com os dados empíricos (**em desenvolvimento**); **2-Observatório da Mídia.** Esta fase é o levantamento dos dados

empíricos. Estão sendo monitorados os seguintes veículos/programas: jornais O Estado do Maranhão, O Imparcial, Aqui Maranhão e Jornal Pequeno; Telejornais Bom Dia Mirante e JMTV1, da TV Mirante (afiliada Rede Globo), e Bom Dia Maranhão, da TV Difusora (afiliada SBT); programas de rádio Ponto Final, da Rádio Mirante AM, e Jornal das Onze, da Rádio Timbira AM. Cada mídia aqui indicada vem sendo monitorada por um pesquisador da equipe do Labjor, formada por alunos de iniciação científica voluntária e alunos de mestrado e doutorado; 3- **Aplicação de questionários/pesquisa de opinião**, seguida de 4- **Análise dos dados e redação de artigos para publicação** em periódicos e **apresentação** em congressos das áreas de Comunicação e Ciência Política.

Informamos ainda que a coleta dos dados já foi iniciada no dia 7 de maio. Nas mídias tradicionais, o levantamento está sendo realizado a partir do acompanhamento diário do conteúdo publicado, catalogado em planilhas e com critérios de classificação preestabelecidos no livro de códigos elaborado para a sistematização da coleta. Acrescentamos ainda que a coleta de dados nos meios de comunicação tradicionais está sendo feita para todos os candidatos: dos líderes de intenção de voto aos chamados nanicos.

Acrescentamos que, para testar a hipótese de que a cobertura negativa ou positiva da mídia influencia a intenção de voto, faremos pesquisa de opinião confrontando o índice de viés e a propensão do eleitor em votar ou não nos candidatos. Índice de viés é uma métrica que mede a proporção de notícias positivas ou negativas em relação a um personagem/candidato. Já a hipótese de que, quanto maior a escolaridade do eleitor menor será a influência do viés de cobertura da mídia na intenção de voto, será testada pela equipe do Labjor que fará pesquisas de opinião nos quatro municípios da Ilha de São Luís: São Luís, São José de Ribamar, Raposa e Paço do Lumiar, com aplicação de questionários junto aos eleitores em dois momentos: início da campanha eleitoral e semana anterior ao pleito. Em caso de segundo turno, será aplicado um terceiro questionário.

Por oportuno, esclarecemos que a quantidade de questionários aplicados será calculada de acordo com o número de eleitores registrados nos municípios escolhidos

para a pesquisa, com a ferramenta on line Survey Monkey, que fornece uma calculadora de quantidade de amostra a partir dos seguintes dados: número de eleitores, nível de confiança e margem de erro (dois últimos dados escolhidos pelos pesquisadores. No caso, usaremos nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%). Por fim (e não menos importante), destacamos a natureza quali-quantitativa da pesquisa com especial atenção à leitura dos dados, combinando-se a análise de enquadramento noticioso à análise de narrativa (Narratologia), associada com a técnica fornecida pela Linguística Textual, com base em autores como Adam (2008), Benveniste (1974), Austin (1962), dentre outros.

Sobre a narratologia, Motta (2013) entende ser esta, ao mesmo tempo, uma teoria e um método usado para análise das narrativas, observando, nestas, conforme orienta o autor, *o plano da expressão* (linguagem ou discurso); *o plano da história* (conteúdo) e *o plano da metanarrativa* (plano da estrutura profunda). Para acessar os planos, seguimos a proposta do autor quanto a realizar 06 movimentos: 1) *recomposição da intriga ou do acontecimento jornalístico*; 2) *identificação dos conflitos e da funcionalidade dos episódios*; 3) *construção de personagens jornalísticas – discursivas*; 4) *identificação de estratégias comunicativas*; e 5) *da relação comunicativa e do contrato cognitivo*; 6) *compreensão das metanarrativas*.

#### **4 De cão de guarda a adversário: O jornalismo muito além de reportar o mundo**

A narrativa jornalística é um artefato cultural e político. A unidade dessa narrativa, a notícia, é um produto contextual: não depende apenas do fluxo dos acontecimentos, mas também de fatores sociais, econômicos, culturais, políticos, organizacionais e até pessoais (dos jornalistas). Assim, sem desconsiderar a complexidade da atividade, a teoria do jornalismo, de base majoritariamente sociológica, reconhece, ao longo de seu desenvolvimento, que a notícia é um artefato que ajuda a estruturar a realidade, em um processo de construção daquilo que as pessoas vão consumir como real e tangível (TRAQUINA, 2004; TUCHMAN, 1983; SOUSA, 2002; ALSINA, 1996), cumprindo, portanto, uma relevante função social.

Acontece, porém, que os avanços do campo teórico já nos permitem perceber no jornalismo mais que uma atividade que cumpre a função social de estruturar a

realidade: o jornalismo, agora, é cada vez mais percebido como ator social e político cuja atuação vai muito além de reportar o mundo (THOMPSON, 2002; SPARROW, 1999; GRABER, MACQUAIL & NORRIS, 2008; COOK, 2005; MIGUEL, 2002; LIMA, 2006; ALDÉ, MENDES & FIGUEIREDO, 2007; FERES JUNIOR, BARBABELA, MIGUEL & SASSARA, 2015). Necessário se faz pontuar que, enquanto narrativa que atinge públicos massivos, “o jornalismo é a narrativa hegemônica sobre todas as outras na construção da verdade imediata e do senso comum” (MOTTA, 2013, p.103). A história imediata (para alguns, história do presente) é, na verdade, uma história mediada por textos que são, apenas na superfície, informativos. O que implica reconhecer que a notícia, por mais que tenha sido escrita de acordo com a mais estrita técnica de redação jornalística, traz sempre uma intencionalidade, nunca é um discurso neutro ou inocente (FAIRCLOUGH, 1995; VAN DJIK, 1996). Desse modo, a ideia de imparcialidade e objetividade funciona como um véu que mascara o quão político é o jornalismo (COOK, 2005).

Uma visão crítica do jornalismo nos permite, inclusive, diferenciar duas categorias que podem se confundir: o jornalismo como cão de guarda (watchdog journalism) e o jornalismo adversário (adversarial journalism). A tradição de ver o jornalismo como cão de guarda, como atividade que vigia os poderosos e denuncia seus malfeitos e as mazelas do poder tem um cunho funcionalista e não aprofunda a discussão sobre as intencionalidades da narrativa jornalística. O Oxford Dictionary of Communication define watchdog journalism como

1. A function of the news media in democratic societies to expose and criticize perceived abuses of political power. 2. A form of advocacy journalism that scrutinizes the actions of public figures and institutions and exposes any wrongdoings. 3. Groups or individuals whose investigations focus on biases in the mass media (CHANDLER & MUNDAY, 2011, posição 25412 do kindle).

Problematizamos, contudo, que a visão de jornalismo como agente de vigilância é um resquício romântico que se mantém, mas o entendimento de que essa vigilância não é desinteressada faz avançar o campo teórico em direção tanto à noção de jornalismo adversário quanto de jornalismo como instituição política. Como forma

de buscar credibilidade, autoridade e legitimidade para um veículo de comunicação, o jornalismo adversário

se caracteriza por ter como finalidade principal legitimar o próprio jornalismo como um poder e ator fundamental da cena pública. Tal cobertura baseia-se na oposição entre os campos jornalístico e político, através da desqualificação intensa da política, seus principais atores e instituições representativas (GUAZINA, 2011, p.19).

Quanto mais alinhados aos interesses dos grupos que estão no poder, mais os jornais tendem ao *advocacy journalism*; quanto mais distantes desses interesses, mais eles tendem a agir como atores políticos adversários. O embate não é apenas simbólico: nas notícias flui a disputa pela legitimidade de discursos, de vozes e da própria realidade. Bird e Dardenne (2009) inclusive pontuam que as notícias, como um processo narrativo, podem funcionar como um mito, que é uma versão da realidade construída para caber nos limites cognitivos de quem não tem autonomia para experimentar a realidade por si mesmo, e a experimenta pela mediação dos agentes da indústria da informação.

Entendemos que os jornais impressos, mesmo em uma era dominada pelo audiovisual e pelos meios digitais, mantêm-se relevantes tanto como veículos quanto como objeto de estudos por serem o canal privilegiado por onde flui o diálogo entre elites políticas. Esse diálogo é estruturado em forma de narrativas: as notícias contam as histórias que as elites querem ouvir e falar – mais falar que ouvir, pois a voz do jornal que narra é, muitas vezes, a voz dessas mesmas elites em disputa pela hegemonia.

A narrativa jornalística é, antes de tudo, economia simbólica (LATTMAN-WELTMAN, CARNEIRO, RAMOS, 1994). A técnica, que oferece a ilusão da objetividade, apenas legitima visões de mundo e interesses que estão além da mera publicização de fatos que atendem aos critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Para Milton Pinto (2004, p.14), os jornalistas aprendem e apreendem a lógica do processo de configuração nas faculdades, “sob o inocente disfarce de uma técnica sem ideologia”. Assim, por meio do domínio de tecnologias discursivas (como o uso do *lead*, da pirâmide invertida, entre outros), desenvolvem competências e habilidades as



quais, ao contrário do que advogam professores e alunos, têm um componente importante e privilegiado da retórica clássica. Nos termos do autor:

Todo processo de comunicação é um processo polêmico de convencimento, onde poder e saber estão em jogo e em que valores sociais se reproduzem ou se modificam. A prática discursiva é, dialeticamente, ao mesmo tempo constitutiva e criativa daqueles valores (PINTO, 2004, p.14).

Especificamente sobre o jornalismo maranhense, pesquisa realizada por Bentivi (2010), sobre um período de crise e disputa pela hegemonia do estado, indica que as técnicas e/ou valores que tradicionalmente são erigidos como estratégias para garantia de “imparcialidade”, ao contrário disso, servem como estratégias de ilusão de imparcialidade; de persuasão, portanto. Fenômeno denominado pela autora como “*estrutura traída*”, posto que, por mais que se tente domar a estrutura, por meio de técnicas, por mais que se venda a ideia de que tais técnicas sejam eficientes, a atividade discursiva deixa sempre “um conjunto de traços formais que remetem à pessoa do orador, com vistas ao público” (PINTO, 2004, p. 18).

A tradição de pesquisa em comunicação denominada funcionalista aponta para o jornalismo como vigilante do meio – cão de guarda. O modelo liberal de jornalismo adotado inicialmente nos Estados Unidos previa a separação entre fato e opinião e impunha o critério da objetividade como forma de angariar credibilidade ao trabalho da imprensa. Neste modelo, o jornalista é “alguém” que empresta seus olhos e seus ouvidos ao público, denunciando as mazelas do exercício do poder e garantindo à democracia um serviço de vigilância dos atos dos poderosos. Em recente estudo, Carolina Matos (2008) afirma que o jornalismo, no Brasil, configurava-se como o que ela chama de jornalismo militante até a redemocratização, quando finalmente o modelo comercial de jornalismo teria instituído o cão de guarda como tipo predominante de jornalismo praticado por nossa imprensa. Norris e Odugbemi (2009) resumem a perspectiva funcionalista do jornalismo, segundo a qual “The watchdog journalism role requires the News media to provide a check on powerful sectors of Society, including leaders within the private and public domains. Journalists are expected to guard the public interest and to protect it from incompetence, corruption and misinformation”.

Além de ser uma visão romântica tanto do jornalismo quanto do jornalista, a visão funcionalista não leva em consideração um aspecto importante para se compreender a notícia em contextos democráticos: a imprensa também é uma instituição política, age como ator político, coloca-se a serviço de interesses que ultrapassam o interesse público, e o jornalista, como empregado em uma empresa capitalista, tem pouca ingerência sobre a linha editorial do veículo em que trabalha.

No Brasil, o jornalismo que se pratica é um híbrido entre vigilante do meio e adversário. A imprensa aqui ainda age de forma militante, tanto no nível local como no nacional. A tradição de pesquisa em comunicação em nosso país adota, majoritariamente, a perspectiva funcionalista e atribui ao jornalismo adversário – ou militante – a alcunha de disfuncional. É no diálogo com pesquisadores de comunicação política que a perspectiva do jornalismo adversário escapa do viés funcionalista e passa a ser estudado a partir de uma perspectiva crítica.

## 5 Uma análise amostral em conclusão

Iniciamos informando que, em primeiro momento, selecionamos 165 textos do jornal *O Estado do Maranhão* e 85 do *Jornal Pequeno* que tinham como tema as eleições de 2018. Adotando, porém, a categoria “candidatura” como componente enquadrado, o corpus resultou em 11 notícias do JP e 26, do OEMA. Considerando como critérios notícias que apresentassem Flávio Dino e Roseana Sarney como personagens principais, tivemos em análise as 10 narrativas do JP e 22, do OEMA. Nossa pré-análise (tendo em vista estar em andamento a pesquisa), sintetiza-se da seguinte forma:

1-NO JORNAL PEQUENO, **o plano de expressão** – a textura (proposições e enunciados), a estrutura composicional, as escolhas semânticas) configura o *modus operandi* da racionalidade jornalística, possibilitando que **o plano da estória** construa informações e ações pontuais sobre os candidatos Roseana Sarney e Flávio Dino, sem destaques ou relevância que venham desestabilizar a imagem ou o conceito de ambos. Tal comportamento permite inferir, **no plano da metanarrativa**, no período recortado, que

o narrador Jornal Pequeno, pelo destaque aos dois candidatos, está reafirmando que a eleição passará pelos candidatos Roseana Sarney e Flávio Dino. Mais ainda: em comparação com o conteúdo das notícias (plano da estória) do Jornal O Estado do Maranhão, é possível entender que o JP está alinhado ao governador de maneira a não enquadrá-lo negativamente em nenhuma narrativa.

2-NO JORNAL O ESTADO DO MARANHÃO, **plano de expressão** – a textura (proposições e enunciados), a estrutura composicional, as escolhas semânticas), assim como o JP, configura o *modus operandi* da racionalidade jornalística, contudo **o plano da estória**, porém, é bem outro: das 22 notícias, 17 têm Flávio Dino como personagem principal e, em todas, o enquadramento tem valência negativa. A estória de Flávio Dino é, em síntese: um candidato que quer se colocar acima da justiça e do Ministério Público; que comete crimes eleitorais “um atrás do outro”; que está nervoso e com medo do fracasso porque vai perder a eleição; que representa uma mentira para o Maranhão, entre outras abordagens negativas. No polo oposto, as narrativas sobre Roseana Sarney apresentam-na com disposição para a luta e com amplas possibilidades de vencer as eleições, pois irá comprar sua forma de administrar com o seu adversário – “uma mentira que o Maranhão elegeu”. **Da metanarrativa**, depreendemos que OEMA desqualifica, deliberadamente, a figura do governador Flávio e já apresenta a solução para o Maranhão: Roseana Sarney.

Em conclusão, ressaltamos ser esta análise ainda preliminar e superficial, contudo ela nos aponta para a prática do jornalismo adversário (*adversarial journalism*) pelo jornal OEMA, enquanto o JP estaria mais próximo do exercício do jornalismo advogado (*advocacy journalism*). São hipóteses que ainda precisamos comprovar. Por enquanto, resta-nos compartilhar.

## RERÊNCIAS

ADAM, J-M. **A linguística textual**: introdução à análise textual dos discursos. Revisão técnica de Luis Passeggi, João Gomes da Silva Neto. São Paulo: Cortez, 2008.

ALDÉ, Alessandra, MENDES, Gabriel, FIGUEIREDO, Marcus. **Tomando Partido**: Imprensa e política nas eleições de 2006. *Política & Sociedade*, v. 10, p. 20-28, 2007.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La Construcción de la Noticia**. Barcelona: Paidós, 1996.

AUSTIN, J. L. **How to do things with words**. New York: Oxford University Press, 1965.

BENTIVI, Zefinha. Josefa M. e S. B. Andrade. **As narrativas da Atenas brasileira**: modos de dizer e modos de ser no jornalismo maranhense. 2010. Dissertação (mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2010.

BENVENISTE, E. **Problèmes de linguistique générale II**. Paris : Gallimard, 1974.

BIRD, Elizabeth, DARDENNE, Robert. **Rethinking News and Myth as Storytelling**. In: WAHL-JORGENSEN, Karin, HANITZSCH, Thomas. *The Handbook of Journalism Studies*. New York and London: Routledge, 2009, pp.205-217.

BRAGA, José Luiz. Perspectivas para um conhecimento comunicacional. In: LOPES, Maria Immaculata Vassalo. **Epistemologia da comunicação no Brasil**: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA/USP, 2016.

CHANDLER, Daniel, MUNDAY, Rod. **Oxford Dictionary of Media and Communication**. New York: Oxford Press: 2011.

COOK, Timothy. **Governing with the News**: the News media as a political institution. 2ed. Chicago: Chicago Press, 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Media Discourse**. New York: St Martin's Press, 1995.

FERES JUNIOR, João. BARBABELA, Eduardo, MIGUEL, Lorena. SASSARA, Luna. **Testando a hipótese do contrapoder**: a cobertura das eleições de 1998 a 2014. Anais do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólitica). Rio de Janeiro, de 22 a 25 de abril de 2015.

GRABER, Doris A.; MACQUAIL, Denis; NORRIS, Pippa. **The Politics of the news, The news of the Politics**. 2ed. Washington: CQ Press, 2008.

GUAZINA, Liziane Soares. **Jornalismo em Busca da Credibilidade**: A cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão. 256 F. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, UNB, Brasília, 2011.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando, CARNEIRO, José Alan Dias, RAMOS, Plínio de Abreu. **A imprensa faz e desfaz um presidente**: o papel da imprensa na ascensão e queda do “fenômeno” Collor. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

- LATTMAN-WELTMAN, Fernando, CHAGAS, Viktor. **Mercado Futuro: a economia política da (re)partidarização da imprensa no Brasil**. In: Dados – Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, vol. 59, n. 2, pp. 323-354, 2016.
- LOPES, Maria Immacolato Vassalo de. **Estratégias Metodológicas da Pesquisa de Recepção**. INTERCOM – Rev. Bras. de Com.. São Paulo, Vol. XVI, nº 2, p. 78-86, jul/dez, 1993.
- PINTO, Milton José. A retórica e a análise de discursos. In: CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da; MATOS, Marcos Fábio Belo. **Comunicação: outros olhares**. São Luís, NEEC, 2004.
- MATOS, Carolina. **Jornalismo e política no Brasil contemporâneo**. São Paulo: Publifolha, 2008.
- MIGUEL, Luís Felipe. **Política e Mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Plano, 2002.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UNB, 2013.
- MOTTA, Luiz Gonzaga; GUAZINA, Liziane. **O conflito como categoria estruturante da narrativa jornalística: o caso do Jornal Nacional**. Brazilian Journalism Research, v.6, n.1, 2010.
- NORRIS, Pippa, ODUGBEMI, Sina. Do the News Media act as watch-dogs, agenda-setters and gate-keepers? In: **Public Sentinel: News media & Governance Reform**. The World Bank Publications: Washington, 2009.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.
- SPARROW, Bartholomew H. **Uncertain Guardians: the News media as a political institution**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1999.
- THOMPSON, John. Brookshire. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TRAQUINA, Nelson (org). **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.
- TUCHMAN, Gaye. **La Producción de la Noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gili, 1983.
- VAN DIJK, Teun. **How Globo media manipulated the impeachment of Brazilian President Dilma Rousseff**. In: Discourse & Communication. Vol.11, N. 2, 2017.
- VAN DIJK, Teun. **La noticia como discurso**. Barcelona: Paidós,