
**JORNAL NACIONAL E AS MANIFESTAÇÕES CONTRA O
AUMENTO DAS PASSAGENS**

**JORNAL NACIONAL AND COVERAGE OF DEMONSTRATIONS
AGAINST RISING TICKETS**

ANA CAROLINA DE ASSIS MARINHO DA SILVA ¹; VALÉRIA MARCONDES ²

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ (SC) – UNOCHAPECÓ

Resumo: O discurso utilizado para noticiar um fato ou um acontecimento está carregado de contextos aos quais é pretendido dar forma a uma determinada situação. Neste artigo, foram analisadas matérias jornalísticas sobre as manifestações ocorridas em todo país contra o aumento das passagens do transporte público, exibidas durante a programação do Jornal Nacional, nos dias 06, 10 e 20 de junho de 2013. Os dias foram escolhidos sob o critério de caracterizar a conjuntura dos protestos. O discurso narrado pelos repórteres e âncoras foi analisado com base nas teorias do jornalismo em busca de identificar a forma dada pela emissora aos movimentos. A imagem também foi observada como integrante essencial para estruturação da notícia midiática durante o trabalho, considerando o poder midiático ao unir discurso e imagem na construção de um estereótipo.

Palavra-chave: Manifestações. Discurso. Jornalismo.

Abstract: The discourse used to report a fact or an event is loaded contexts to which it is intended to form a given situation. In this article, we analyzed newspaper articles about the demonstrations that occurred throughout the country against rising public transport passes, displayed while programming the National Journal, on days 06, 10, and June 20, 2013. The days were chosen under the criterion to characterize the situation of the protests. The speech narrated by reporters and anchors was analyzed based on the theories of journalism in order to identify the form given by the issuer to the movements. The image was also seen as essential integral to the structuring of the news media at work, considering the media power by uniting speech and vision in building a stereotype.

Keywords: Manifestations. Speech. Journalism.

¹ Autora principal. Acadêmica do 6º período de Comunicação Social – Jornalismo – da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó (Chapecó-SC). Bolsista de Iniciação Científica do CNPq. anacarolinaaams@hotmail.com.

² Doutora em Comunicação. Professora da Unochapecó (Chapecó-SC). E-mail: leriamarcondes@hotmail.com.

1. Introdução

O Movimento Passe Livre é o núcleo responsável pela organização das manifestações contra o aumento das passagens ocorridas em todo país. Surgiu há mais de 10 anos, e foi em 2013 que o grupo conseguiu, através dos protestos ocorridos nacionalmente, um resultado positivo aos últimos anos de luta nas ruas das principais cidades do Brasil. Por meio da mídia, a sociedade foi e ainda é abastecida de informações sobre os acontecimentos que marcaram e marcam cada passo ou ação do Movimento Passe Livre.

A função deste estudo é analisar o discurso utilizado na cobertura jornalística do programa *Jornal Nacional*, da Rede Globo, no intuito de identificar a figura, ou estereótipo, aos quais as manifestações criaram forma através das narrativas e das imagens escolhidas pelo telejornal. Por meio do processo de seleção de ângulos, material, texto, enquadramentos e tantos outros objetos de conteúdo que são escolhidos pelo repórter, sob olhar da linha editorial da emissora, estipulado pelo núcleo organizacional da rede de comunicação, o estudo tende a verificar os critérios de noticiabilidade adotados pela emissora Globo diante das manifestações. A compreensão de uma notícia vai além do simples momento de ler, ouvir ou assistir a um conteúdo jornalístico de um veículo de comunicação. A essência da notícia e seu entendimento estão também na compreensão dos aspectos culturais, econômicos, políticos, sociais e tantos outros que circundam não só o transmissor como também o receptor da informação. No entanto, estas características citadas ao redor do emissor, no caso o jornalista, tem total influência sobre o processo de seleção da notícia, denominado *gatekeeper*. Este estudo, entretanto, restringe a analisar o conteúdo textual e figurativo, por meio de imagens, e o processo de escolha para criação de um estereótipo durante a transmissão da notícia pelo telejornal.

Desde os primórdios do seu advento, o jornalismo é caracterizado como o porta voz do mundo. Entretanto, teorias como a construtivista ou *newsmaking* e os conceitos debatidos por Lippman em “Opinião Pública”, comprovam que a realidade nem sempre é integral, sendo uma adaptação do fato ou acontecimento, em uma segunda realidade, pois é através do olhar do profissional formado um novo ângulo de visão sobre o assunto debatido, sendo estas

comprovações contrárias à teoria do espelho, a qual defende que a notícia é um reflexo fidedigno da realidade.

Com a chegada da modernidade e a capacidade de profissionalização da categoria, o jornalista tornou-se intermediário entre público e os acontecimentos do mundo. Além disto, esta ampliação do campo de conhecimento do profissional trouxe o refinamento nas técnicas de produção da notícia, desde o processo de seleção, ao modo de introdução do produto final ao cotidiano da população.

Outro item considerado neste estudo e bastante representativo no universo jornalístico, e primordial para televisão, é o uso das imagens como meio de transmitir o acontecimento. Esta outra linguagem também se configura como objeto presente no processo seletivo para a transformação da realidade ou produção da notícia, e participa da avaliação de todos os critérios de noticiabilidade, assim como o conteúdo textual. Assim como diz Joly, as pessoas são “consumidoras de imagens”, demonstrando desta forma a importância de se entender o processo de comunicação e transmissão das mensagens feita através delas. A imagem é um das linguagens ou formas discursivas que são mais dominantes na comunicação contemporânea.

A linguagem é vista neste estudo não como língua, mas enquanto discurso, através da retórica: que lhe cabe “mostrar o modo de construir as palavras visando convencer o receptor sobre determinada verdade” (CITELLI, 2005, p.8).

2. Metodologia

Este é um estudo qualitativo dos discursos elaborados e emitidos pelo Jornal Nacional. O material analisado foi um recorte das reportagens exibidas durante a programação do telejornal, nos dias 6, 10 e 20 de junho de 2013, levando em consideração somente as que se referiam às manifestações.

Com base na linguística, sendo a ciência que estuda os fatos da linguagem, em todos os seus parâmetros, seja ele um diálogo, um texto ou uma imagem, através da cognição dos signos que os meios utilizam para elaboração de uma língua, foram realizadas percepções do

formato da narrativa utilizada durante a transmissão, embasadas também pelos conceitos existentes nas teorias da comunicação e do jornalismo.

Foi também através da percepção empírica, como uma observadora da linguagem comunicacional, que surgiu a idealização do estudo em questão. Tendo como método a análise do discurso, prática linguística, dentro do campo da comunicação, analisadora das estruturas textuais para, a partir disto, compreender as construções ideológicas existentes no discurso. Orlandi (2002) afirma que existe “uma passagem inicial fundamental que é a que se faz entre a superfície linguística (material bruto) e o objeto discursivo”, este último sendo identificado como “um corpus que já recebeu um primeiro tratamento de análise superficial, feito em primeira instância pelo analista” (ORLANDI, 2002, p. 66).

O objeto discursivo não é dado, ele supõe um trabalho do analista e para se chegar a ele é preciso, numa primeira etapa de análise, converter a superfície linguística (o corpus bruto), o dado empírico, de um discurso concreto, em um objeto teórico, isto é, um objeto linguisticamente de-superficializado, produzido por uma primeira abordagem analítica que trata criticamente a impressão de ‘realidade’ do pensamento, ilusão que sobrepõe palavras, ideias e coisas (ORLANDI, 2002, p. 66).

A essência jornalística é o interesse público. É a partir deste pressuposto que foram estabelecidos critérios para identificação do que pode ou não ser noticiado. O inusitado, o diferente, a proximidade e o quantitativo relacionado ao fato, são alguns dos itens seletivos usados para caracterizar uma notícia. Segundo Kunczik (2002), a seleção de notícias restringe o volume de informações; as escolhidas são utilizadas pelos ‘porteiros’ para referenciar o mundo ao leitor. A preferência por uma, supera a existência da outra, moldando “a imagem que o receptor tem de sua sociedade e de seu mundo” (KUNCZIK, 2002, p. 237).

Assim como os jornalistas criam meios para caracterizar e identificar um fato no instante de transformá-lo em notícia, também são usados pelos profissionais, os estereótipos que, segundo Lippmann ([1922], 2010), são imagens construídas pelo indivíduo advindas das influências ao qual o envolve, fortalecidas pela mídia no intuito de auxiliar no reconhecimento imediato do receptor ao ler ou ouvir uma palavra na matéria jornalística. Exemplos disto são

palavras e termos como: corrupto; manifestantes; bandido, entre outros. Os estereótipos são artificios de linguagem que ajudam na compreensão do conteúdo, não sendo necessário contextualizá-lo todas as vezes que for preciso relacioná-lo. A problemática está no papel da mídia no processo de utilização destes estereótipos. A generalização e interligação em um mesmo conteúdo de palavras como “baderna” e “manifestantes” elaboram uma contextualização negativa sobre o assunto retratado.

Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos. (...) pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura (...) mas também por nossos códigos morais e filosofias sociais, assim como de nossas agitações políticas (LIPPMANN, 2010, p. 85, 86).

Devido à opinião pública ser formada por fragmentos destes estereótipos, uma manipulação midiática, no sentido de elaboração de um material, assim como os cientistas manipulam os elementos químicos para atingir um resultado, poderá levar a uma conclusão precipitada e por vezes negativa do acontecimento pelo receptor, já que a opinião midiática pauta também a opinião pública. De acordo com Lippmann (2010), a chegada da modernidade e consequentemente da contemporaneidade fizeram com que isto se concretizasse a partir das rotinas de convivência social do indivíduo que foram moldadas aos novos tempos, impedindo uma atuação mais ativa deste mesmo indivíduo no universo político e social ao qual estava inserido, deixando a papel da mídia a principal fonte de abastecimento informativo. O “pseudoambiente” como o autor denomina a esfera gerada pelo campo midiático são “as imagens criadas indiretamente pela ação da mídia e do noticiário em nossos mapas mentais” (LIPPMANN, 2010, p. 13). Lippmann ainda complementa afirmando que as imagens estereotipadas da realidade controlam e determinam o sentimento da população “e elas resultam menos da capacidade cognitiva do indivíduo e mais da manipulação e administração do consenso social pelas partes interessadas”, no caso, o meio de comunicação. (LIPPMANN, 2010, p.13).

3. Resultados

Partindo dos pressupostos citados anteriormente como: o modo de escolha do fato e o planejamento de um pseudoambiente por parte da mídia, que é tratada como ponte interlocutora entre transmissor e receptor, onde neste percurso estão incorporadas todas as influências pelas quais a matéria bruta passeia até se tornar produto final. E ainda levando em consideração que a imagem também faz parte do mesmo processo de construção pelo qual o conteúdo textual passa, analisamos o primeiro dia de manifestações contra o aumento das passagens que por obedecer aos critérios de noticiabilidade recebeu destaque nacional, e também importância no telejornal da Rede Globo, Jornal Nacional, no dia 06 de junho de 2013, com a seguinte manchete: “Manifestantes entram em confronto com polícia de São Paulo contra aumento das passagens de ônibus”. A partir da manchete já é possível identificar alguns objetos de linguagem que indicam o posicionamento da emissora, como o uso da palavra confronto, atribuindo ao sujeito, manifestantes, o peso de atuar como provocador do combate. Caso o sujeito polícia fosse posto em lugar de manifestantes, a cognição primária incorporada pelo receptor seria de que agentes da segurança pública atacaram pessoas que protestavam pacificamente, e não o contrário.

De acordo com Citelli (2005), Aristóteles, pai da retórica, aplica ao discurso persuasivo quatro momentos fomentados em sequência. A primeira seria o exórdio, processo introdutório com o objetivo de fidelizar o ouvinte, a exemplo temos: “manifestantes entram em confronto com a polícia”, um título atrativo para o receptor. Em segundo momento sugere a narração, caracterizada pelo andamento argumentativo, no qual os fatos são esmiuçados: “Agora manifestantes são acompanhados pela polícia, o protesto que dura há duas horas reuniu dois mil manifestantes que ocuparam a avenida paulista, em São Paulo (...)”. A terceira instância são as provas, no qual “a credibilidade do argumento fica dependente da capacidade de comprovar as afirmativas” (CITELLI, 2005, p. 12), são onde entram o utensílio das imagens, como base de apoio para justificação do que é afirmado verbalmente. No exemplo, temos imagens que priorizam a atitude de rebelião dos manifestantes, ao invés dos ataques policiais contra manifestantes e transeuntes presentes no instante do protesto. O quarto e último pressupos-

to do discurso persuasivo é a peroração, ou seja, conclusão, segundo o autor está neste ponto a última oportunidade para se assegurar a fidelidade do destinatário “A polícia lançou agora pouco, bombas de gás contra os manifestantes para tentar liberar o trânsito, a situação portanto na avenida Paulista ainda é tensa por causa do protesto em relação ao aumento dos preços das passagens”. (CITELLI, 2005, p. 14)

Persuadir é, sobretudo, a busca de adesão a uma tese, perspectiva, entendimento, conceito, etc. evidenciando a partir de um ponto de vista que deseja convencer alguém ou um auditório sobre a validade do que se enuncia (...) Persuadir não é apenas sinônimo de enganar, mas também o resultado de certa organização do discurso que o constitui como verdadeiro para o destinatário” (CITELLI, 2005, p. 14, 15).

O estudo da retórica nesta análise é totalmente compatível com o anteriormente afirmado processo de seleção no qual a “organização do discurso”, ou seja, emissora, repórter ou núcleo comunicacional responsável pelo processo de produção do discurso, “o constitui como verdadeiro”, ou seja, cria o pseudoambiente para o receptor da informação. Para Melo, “interpretar significa: identificar ‘causas e motivos’, compreender a ‘significação’, efetuar ‘análises’ e ‘comparações’ e realizar ‘previsões’” (MELO, 2003, p. 31). Entende-se, portanto, que a interpretação ou entendimento de assunto deve ir além do primeiro olhar apontado pelo produtor da notícia e incumbir ao espectador uma visão mais refinada e estudada ao discurso apresentado pelo transmissor.

3.1. Mediação do Discurso

No segundo conteúdo analisado é iniciado um processo de apaziguamento do discurso, entre o intervalo do dia 06 de junho, início das manifestações, para o dia 10 de junho, outras cidades aderiram ao movimento, além do apoio dado pela população em geral, que aumentava em número a cada ato de manifestação, mesmo os que não participavam das passeatas, em favor das pautas apontadas pelo Movimento.

Na segunda-feira, 10 de junho, foi noticiada a manifestação no Rio de Janeiro e a manchete já mudava o cenário, afirmando: “Manifestantes protestam contra aumento na passagem de ônibus no Rio de Janeiro”, uma substituição é gerida entre os verbos “confrontar” por “protestar”, que remetem ao destinatário visualizações mentais totalmente distintas. No entanto, o texto decorrente ainda apresenta sinais de objetivação de um único ponto de vista, além de generalização ao preferir a utilidade da palavra chave “tumulto” no decorrer da transmissão, quando a âncora, Patrícia Poeta afirma que a passeata está causando “tumulto no centro do Rio de Janeiro”.

No momento em que o repórter, André Trigueiro, posicionado no helicóptero da emissora, sobrevoando a Avenida Presidente Vargas, assume a transmissão, a imagem não compete ao que a âncora havia dito, um trânsito tranquilo é apresentando, apenas com a presença de policiais nos principais cruzamentos do local, em função de patrulhamento. Para ilustrar a narrativa foi necessário recorrer a imagens feitas anteriormente em outros pontos do Rio de Janeiro. Estas imagens de “tumulto” tiveram auxílio de um “off” do repórter, no qual é também inserida a palavra “bloqueio” da avenida por parte dos manifestantes. Novamente a transmissão utiliza da escolha de trechos de imagens, no qual um pequeno grupo de pessoas atiram pedras contra órgãos públicos da cidade, entretanto este enquadramento não é explorado, o reconhecimento do vandalismo foi generalizado atingindo a todos que participaram da mobilização, criando assim um estereótipo através da união de conteúdo textual e visual de que todos os participantes eram vandalismo do sistema.

As imagens fabricadas imitam mais ou menos correctamente um modelo, ou propõem-no. A sua principal característica é então a de imitar com tanta perfeição que elas podem dar a ilusão da própria realidade, sem todavia o serem. Elas são então análogos perfeitos do real (...) A confusão muitas vezes foi feita entre percepção e interpretação. Com efeito, reconhecer este ou aquele motivo não significa que se compreenda a mensagem da imagem no seio da qual o motivo pode ter uma significação particular, ligada tanto ao seu contexto interno como ao do seu aparecimento. (JOLY, 1994, p. 39, 42).

As intenções do transmissor ao agrupar imagem e texto entram no mesmo critério de seleção do que é válido ou adequado à produção da informação pretendida. De acordo com Aumont (2011), nunca foi gratuita a construção de uma imagem, ao contrário, elas sempre foram produzidas, por vezes em larga escala, para um uso determinado, seja ele individual ou coletivo. “Uma das razões essenciais da produção das imagens, provém da vinculação da imagem em geral com o domínio do simbólico, o que faz com ela esteja em situação de mediação entre espectador e a realidade” (AUMONT, 2011, p. 78).

3.2. Contexto

No terceiro episódio analisado, ocorrido no dia 20 de junho, devido a atual conjuntura das manifestações em todo país, foi realizado um conglomerado de materiais dando foco as principais cidades brasileiras, onde aconteceram protestos. Ao longo de todo o programa foram exibidos 24 materiais sobre as mobilizações e três materiais esportivos sobre a Copa das Confederações. Neste dia, o Jornal Nacional se resumiu a convocações esportivas e de mobilização social.

Para Fairclough (2001) “a exploração de tendências de mudança nas ordens de discurso pode trazer uma contribuição significativa aos debates atuais sobre mudança social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 130). Por conta da aceitação e maior incorporação da população às passeatas, além do apoio às pautas apontadas pelo Movimento, que transpuseram a barreira das melhorias no transporte público, foi necessário, como um dos motivos, por parte da emissora, tomar para si um discurso aparentemente a favor dos acontecimentos. Assim como explica Barros Filho (1995) em seu estudo sobre Ética na Comunicação:

Elementos formais e de conteúdo do produto mediático informativo fazem crer na ausência (aparente) do autorcodificador, que faz crer na objetividade (aparente), que por sua vez, faz crer na mídia como ‘espelho’ da realidade, e assim sucessivamente. Quando falamos em objetividade aparente, automaticamente falamos em crença, em adesão àquilo que não é, ou pelo menos que pode não ser, e, portanto estamos diante de um dos muitos momentos em que se opera um ‘ilusionismo social’ (FILHO, 1995, p. 76).

Palavras como “pacífico” e “lindo” referindo-se aos protestos e “pequenos grupos” referindo-se aos baderneiros infiltrados no movimento, começaram a se tornar mais frequentes durante a transmissão, além de ter destaque durante a cobertura, em lugar de objetos textuais como “tumulto”; “baderna” e “vandalismo”. Chegando até a usar manchetes enfáticas como: “Belo Horizonte faz manifestação sem nenhum tumulto”. Entretanto imagens de baderneiros degradando patrimônios públicos e privados nas ruas, não deixaram de ser exibidas, apesar da narrativa exaltar que são “pequenos grupos infiltrados” os atores do vandalismo. Quem explica esta estratégia é o autor Fairclough, quando diz:

Os discursos são elementos táticos ou blocos que operam no campo de relações de força; pode haver discursos diferentes e mesmo contraditórios na mesma estratégia; podem, ao contrário, circular sem mudar sua forma de uma estratégia a outra que lhe seja oposto (1981, p. 101). (FAIRCLOUGH, 2001, p. 130).

Percebe-se, assim, a possibilidade de divergências entre discursos iniciais e finais, para um único contexto: as manifestações. No entanto, eles podem pertencer a mesma estratégia midiática de transmissão para se chegar a um objetivo de elaboração de um estereótipo, como por exemplo: as passeatas causam transtornos à população; os manifestantes degradam o patrimônio público, entre outros. Para Citelli (2005), o discurso televisivo pratica a modalização, que “são textos construídos através de traços estilísticos muito próprios (...) os adjetivos e advérbios se alinham numa sucessão espantosa” (CITELLI, 2005, p. 81), considerando esta linguagem como uma forma de auxílio para a elaboração destas tipificações aos atos de manifestação.

4. Considerações Finais

Considerando o conteúdo analisado e que, como um *gatekeeper*, também foi feito para o estudo, um recorte de elementos utilizados em coberturas específicas, pode-se afirmar que o estereótipo ligado à palavra “manifestantes” continuou sendo interligado à outra estrutura textual: o “vandalismo”, generalizando todo o movimento. Mesmo após uma mudança de

discurso, no qual não era afirmado diretamente e nem genericamente esta afinidade entre os contextos, pois como vimos, foram modificadas algumas palavras para amenização da narrativa, mesmo assim, foi perceptível através do auxílio de imagens que a estratégia comunicacional não foi alterada.

De acordo com os estudos de Fairclough (2005), ficou entendido que a narrativa pode transmutar-se de um sentido para outro, no entanto sem perder a estratégia principal. O que podemos considerar características de um jornalismo opinativo e persuasivo, como embasado pelos autores Citelli (2005) e Melo (2003). Sendo assim fora dos padrões divulgados pela emissora, através do endereço eletrônico, no qual afirma que umas das características tão discutidas no jornalismo, a isenção, é algo inatingível, mas que o órgão comunicacional deve se aproximar ao máximo, para não perder a essência jornalística.

Assim como existe o subjetivismo envolvendo o transmissor, há também, as influências que estão ao redor do receptor, recodificado a mensagem transmitida. O estudo dos signos e das mensagens, caracterizado como semiótica, afirma que a “resposta a um texto sempre é outro texto, um outro sistema de signos” (HOHLFELDT, 2007, p. 283). A semiótica ou análise das mensagens, linguagens e comunicação estão totalmente intrínsecas à cultura, tanto internas, quanto externas dos indivíduos envolvidos no processo comunicacional, relacionados aos atos de quem produz, reproduz e recebe a informação transmitida. A análise desta recodificação identificaria se a linguagem ou o formato do discurso noticioso, produzido durante a cobertura das manifestações, atingiu o objetivo pretendido, de igualar ou estereotipar vandalismo aos atos de democracia presenciados pelo país e pelo mundo. Por tanto, só podemos comprovar com este estudo, que a manipulação, no mesmo sentido citado anteriormente de junção de fórmulas para a criação de um produto, no caso a notícia, foi usado pelo telejornal para fixação de um estereótipo a ser encaminhado pela mensagem midiática.

É perceptível que a cognição dos elementos apresentados pelo veículo de comunicação e seus produtores ao formular ou elaborar um contexto estereotipado deve ser estritamente analisado e compreendido pela sociedade, para que os danos de persuasão sejam menos adquiridos pelo público receptor.

5. Referências Bibliográficas

- AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 16ª edi. Campinas, SP. Papyrus, 2011.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 16ª edi, 3ª impr. São Paulo, SP. Editora Ática, 2005.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília, DF. Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FILHO, Clóvis de Barros. **Ética na Comunicação: Da Informação ao Receptor**. São Paulo, SP. Editora Moderna, 1995.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; VEIGA, Vera F. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001
- JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa, Portugal. Edições 70, 1994.
- MELO, José Marques. **Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro**. 3ª edi. Campos do Jordão, SP. Editora Mantiqueira, 2003.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. 2ª edi. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2010.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação**. 1ª reimpr. São Paulo, SP. Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. 4ª edi. Campinas, SP. Pontes, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Vol. II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. 2ª edi. Florianópolis, SC. Editora Insular Ltda, 2008.