

## **A mídia em xeque, entre a imparcialidade e a crítica jornalística**

Thiago Graboski Vieira Techy  
Faculdades Integradas do Brasil, Curitiba, PR

### **Resumo:**

Artigo que, a partir de dois casos envolvendo personalidades brasileiras, analisa sob o aspecto ético da atividade jornalística o comportamento dos veículos de mídia em função do dilema que vivem: a imparcialidade ou a crítica social, e como a postura dos meios se transforma quando se vê em situações inicialmente inesperadas, como receber críticas de quem noticia e se tornar personagem da própria notícia que retrata.

**Palavras-chave:** Mídia. Imparcialidade. Crítica.

### **Introdução**

Nas escolas de jornalismo, uma das maiores preocupações é encontrar modos de transmitir a notícia de forma objetiva, buscando a imparcialidade. Sobre isso, podemos citar as orientações de manuais de redação de dois dos principais jornais do Brasil, a Folha de S. Paulo, e o Estado de S. Paulo. Esses livros são tratados praticamente como guias para os jornalistas, especialmente os desses veículos.

Na lista de verbetes comuns à atividade jornalística, o Manual de Redação da Folha de S. Paulo lista a palavra objetividade como algo que não existe no jornalismo, e que o jornalista não escapa de tomar medidas subjetivas ao redigir e editar um texto, mas acrescenta que “isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível” (FOLHA DE S. PAULO, 2001, p. 45). Já o Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo é mais taxativo ao orientar os jornalistas do veículo: “faça textos imparciais e objetivos” (MARTINS FILHO, 1997, p. 17).

No meio acadêmico, a questão da “imparcialidade” e “objetividade” também provoca discussões. De acordo com Rodrigues (1999), o jornalismo integra o chamado “campo dos media”, que transita e dá publicidade aos demais campos sociais. Ele acredita que está na natureza do campo dos *media* impor regras de comportamento com respeito aos valores comuns da sociedade, e mobilizar o conjunto da comunidade em torno deles, ou seja, está comprometido com esse valores. Rodrigues destaca que um dos principais efeitos que o campo dos *media* exerce sobre a percepção humana é o

chamado “efeito de realidade”, que teria a capacidade para “antecipar, modelar e substituir o real” (RODRIGUES, 1999).

Este artigo visa discutir a imparcialidade e a objetividade a partir de como a imprensa se comporta quando ela mesma é jogada para o centro da própria notícia. Para isso, serão estudados dois casos recentes: um deles é sobre os xingamentos, transmitidos ao vivo para o resto do planeta, proferidos pelo ex-treinador da seleção brasileira Dunga, na direção do repórter Alex Escobar, da TV Globo, no meio de uma coletiva de imprensa após um jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2010. A rede de televisão, horas depois, emitiu algo semelhante a um editorial falado para detratar o então técnico do Brasil.

O outro trata das críticas do ex-presidente Lula, em comício favorável à campanha de sua candidata, Dilma Rousseff, à presidência da República, quando os veículos de mídia foram acusados de se comportar como partidos políticos. Uma semana depois, o jornal Estado de S. Paulo se sentiu atingido e publicou um editorial em que condena diversas medidas do mandato de Lula, alegando que a manutenção de seu grupo seria um “mal a evitar”, e declarando apoio justamente ao principal adversário de Rousseff nas eleições.

### **Os casos**

- ... Havia uma cobrança muito grande dele próprio e de vocês, que ele não tinha feito gol nos últimos cinco jogos, aí hoje ele fez... Algum problema?

- Eu?

- É.

- Estou nem olhando pra (sic) você, Dunga.

- Ah bom, pensei que tinha.

- Não, não...

A cena acima pôde ser facilmente reconstituída por meio de um dos diversos vídeos postados no portal de vídeos Youtube sobre o tema. Esse diálogo foi travado entre o então treinador da seleção brasileira, Dunga, e o repórter Alex Escobar, da TV Globo, no meio da coletiva de imprensa realizada após a vitória do Brasil frente à Costa do Marfim por três a um, pela Copa do Mundo da África do Sul, em 20 de junho, nas dependências do estádio *Soccer City* em Joanesburgo. O treinador respondia à pergunta de outro jornalista, quando interrompeu a resposta para interpelar o repórter que, como

afirma o repórter Tadeu Schmidt, também da TV Globo, conversava ao telefone. Após essa breve conversa, em meio a outras perguntas da entrevista, Dunga aproveitava para sussurrar diversos xingamentos a Alex Escobar, e, no meio de outras respostas para a mídia presente, colocava estrategicamente críticas à cobertura da seleção pelos jornalistas.

No vídeo citado, Schmidt noticia a postura inusitada de Dunga como um editorial produzido pela TV Globo para defender seu empregado e responder ao técnico. Chega a declarar: “o técnico Dunga, no comando da seleção há quase quatro anos, não apresenta nas entrevistas comportamento compatível de alguém tão vitorioso no esporte. Com frequência, usa frases grosseiras e irônicas” (FANTÁSTICO, 2010).

Dois dias depois, Ricardo Feltrin, do Portal UOL, em sua coluna *Oops!*, relatou que a emissora recebeu “milhares de e-mails” críticos, tanto que dirigentes da emissora teriam se dividido sobre o modo de continuar tratando o tema (FELTRIN, 2010). Coincidentemente ou não, comunicadores da TV Globo não tocaram mais na questão durante os dias seguintes, voltando a haver manifestações semanas depois, quando a seleção da Holanda derrota o Brasil e tira o time de Dunga da Copa. Logo ao final da partida, como o portal Terra reportou, o narrador Galvão Bueno e o comentarista Casagrande teceram diversas críticas à forma que o time brasileiro jogava, e a vários posicionamentos de Dunga (TERRA, 2010). O protesto dos “globais” continuou quando o apresentador Faustão, em seu programa dominical, chamou o ex-técnico de arrogante e culpou a pessoa que o contratou (FOLHA ONLINE, 2010).

18 de setembro de 2010, cidade de Campinas. Com a corrida eleitoral para a presidência da república ficando cada vez mais acirrada e agressiva por parte dos principais candidatos, o presidente Luís Inácio Lula da Silva discursa em comício em favor da candidata Dilma Rousseff, pertencente a seu partido. No meio do acalorado discurso, acusa setores da imprensa de agir contra a sua candidata e a favor dos adversários, como pode se ver em um vídeo também disponível youtube, ele declara:

“Nós não vamos derrotar apenas os nossos adversários tucanos (apelido dos membros do Partido da Social Democracia Brasileira, o PSDB, principal partido de oposição ao de Lula), nós vamos derrotar alguns jornais e revistas que se comportam como se fossem um partido político, e não tem coragem de dizer que são um partido político; que tem candidatos, e não tem coragem de dizer que tem candidatos; que não são democratas, e pensam que são democratas” (LULA, 2010).

No dia 25 de setembro, uma semana depois, o jornal Estado de S. Paulo divulga um editorial em que responde frontalmente ao ex-presidente, faz acusações graves ao mandato de Lula, diz que a manutenção de seu grupo no poder é um “mal a evitar”, e declara apoio ao candidato José Serra, justamente o principal adversário de Rousseff nas eleições de 2010 (ESTADO DE S. PAULO, 2010).

Porém, a polêmica do “Estadão” não termina no editorial. No dia 2 de outubro, uma semana após a publicação do artigo de apoio a José Serra, a articulista do jornal Maria Rita Kehl publica uma coluna nomeada “dois pesos...”, em que defende o voto das classes sociais menos abastadas em Dilma, e, mais do que isso, critica quem tenta desqualificar a opção dos mais pobres. No meio do artigo, conclui que “o Brasil mudou nesse ponto. Mas ao contrário do que pensam os indignados da internet, mudou para melhor”, embora saliente que considerou digna a posição do jornal de recomendar o voto em José Serra (KEHL, 2010a).

Apesar de elogiar a postura do jornal, quatro dias depois O Estado de S. Paulo demitiu Kehl. No dia seguinte, em entrevista ao jornalista Bob Fernandes, ela se mostrou indignada, alegando que foi despedida “pelo que consideraram um ‘delito’ de opinião”. Kehl questionou: “como é que um jornal que anuncia estar sob censura, pode demitir alguém só porque a opinião da pessoa é diferente da sua?” (KEHL, 2010b).

### **Aspectos da ética**

Quando se trata de imparcialidade e objetividade jornalística, o cuidado aparente dos veículos de comunicação se dá pela responsabilidade que possuem na circulação de mensagens, capaz de gerar e influir na opinião pública. Os diversos tipos de mídia disponíveis hoje em dia se propagam de forma universal, atingem audiência e geram opiniões e posturas no seu público.

Os meios de comunicação coletiva constituem os veículos mais extensos, organizados, relacionados e universalizados do diálogo social e suas mensagens, de sua ação seletiva, de sua capacidade conformadora de audiências e, portanto, de públicos próprios e externos; geram opiniões públicas locais, nacionais e transnacionais que, ao influir sobre os atores sociais e suas atuações, estabelecem um circuito de retroalimentação que chamamos de ecossistema informativo (BARROS FILHO, 2003, p. 120).

Conscientes desse encargo que possuem na propagação das notícias, a formação desse ecossistema informativo, os veículos midiáticos, ao longo do tempo, criaram a

figura do repórter imparcial, aquele que não pende para nenhum lado ao tratar de um tema noticioso, e que por essa isenção ganha credibilidade. Também funciona como um mecanismo de defesa, afinal, se a empresa de comunicação é imparcial, teoricamente não distorce as notícias.

O repórter ideal seria o que não torce para nenhum time de futebol, não tivesse suas pequenas predileções eróticas, nem seus fetiches, nem seus pecados, que não professasse nenhuma fé, que não tivesse inclinações políticas e nenhum tipo de identificação étnica ou cultural. No mínimo, o repórter ideal é aquele que parece “neutro” (BUCCI, 2000, p. 96).

Cláudio Abramo, um dos jornalistas mais influentes do século passado, que atuou na modernização do Estado de S. Paulo na década de 1950, e que dirigiu a redação da Folha de S. Paulo nos anos 1970, também refutava o mito do jornalista aparentemente neutro. Mais do que algo irreal, ele considerava que a visão do repórter como alguém à parte na sociedade “é não apenas desprovida de racionalidade como desprovida de moral” (ABRAMO, 1986, apud BUCCI, 2000, p. 97), pois levaria os jornalistas a se considerarem acima do bem e do mal, ou, do contrário, “se julgarem agentes absolutamente passivos na sociedade, como uma vassoura ou uma pistola automática” (ABRAMO, 1986, apud BUCCI, 2000, p. 97).

Abramo chega a um ponto interessante: como os próprios jornalistas buscam atingir a precisão absoluta o tempo todo, a imparcialidade em seu estado mais puro, não é difícil os próprios veículos encararem o que divulgam como a verdade absoluta, algo seguido quase de forma dogmático. No entanto, os processos pelos quais se passa uma notícia estão longe do aspecto divino que sustenta as imagens dos veículos. Aliás, troque-se a palavra “imparcialidade” por “mediação”: O jornalista no máximo procura dar equilíbrio aos artigos, e se esconde atrás deles por meio dos recursos de impessoalidade. É o que dá o tom da produção noticiosa, como mostra Francisco Sanchez:

... os procedimentos que usa o jornalista para conseguir o ‘balance’, o equilíbrio (necessários para alcançar a ‘objetividade’ em suas informações), não passam de meros recursos de verossimilhança; buscam apenas ocultar a presença do jornalista (...). A atribuição a terceiros das próprias opiniões, ou o uso de opiniões alheias para referendar as próprias, o recurso às regras de impessoalidade (texto sem assinatura, redação anônima etc.) só visam encobrir a mediação. Com esses procedimentos (...) se constrói a parte ‘intocável’ e ‘sagrada’ do jornal. As seções informativas constituem uma realidade na qual o leitor deve crer, uma vez que lhe é proporcionada como se fora a realidade. Não só

se lhe permite avaliar as ‘boas razões’, como também se outorga caráter de evidência ao que é pura mediação (SANCHEZ, 1989, p. 576).

Envoltos em sua aura objetiva e imparcial, a cobertura jornalística da TV Globo e de O Estado de S. Paulo colocam indícios de posicionamentos em sua cobertura diária. Já citou-se as críticas ao técnico Dunga por parte de profissionais da TV Globo, antes e depois do problema envolvendo Escobar. Quanto ao “Estadão”, uma pesquisa do portal Brasil de Fato analisou durante o período eleitoral a postura de três dos principais jornais do país, Folha de S. Paulo, O Globo e Estado de S. Paulo, em relação à candidatura de Dilma Rousseff, a partir do acompanhamento da capa desses veículos. O levantamento apontou que, no período entre os dias 28 de agosto e 27 de setembro, o Estado foi o que mais fez capas depreciativas a Dilma:

“o outro periódico paulista, o único dos três a declarar em editorial apoio ao candidato José Serra, foi o campeão em manchetes negativas com relação a Dilma: foram 22 em apenas um mês. O Estado de S. Paulo também trouxe uma capa positiva à petista [...], três neutras e quatro abordando outros assuntos” (BRASIL DE FATO, 2010).

Pode-se deduzir que, desde muito antes do editorial, O Estado já preparava seus leitores para a postura que tomaria, os acostumando a ver passagens negativas envolvendo a candidata de Lula.

O que a maioria das produções jornalísticas traz é a aparência da objetividade. Afinal, não tem como não dizer que, desde que a pauta é formulada, ela já tem um direcionamento específico. Desde a origem da produção noticiosa, já ganha um lado a ser explorado e a guiar todo o artigo. O leitor compra um todo e ganha apenas uma parte. Clóvis de Barros Filho comenta sobre a construção da objetividade:

A mídia constrói um mundo objetivo que, por se impor como o “real de todos”, não é subjetivamente o “real de ninguém”, impondo-se a todos através da força da violência simbólica que caracteriza a objetividade aparente. Se a eficácia simbólica das palavras só se exerce quando o receptor reconhece o emissor quando legítimo, a legitimidade do texto jornalístico advém de um reconhecimento de legitimidade outorgado à empresa jornalística para eu informe. Opera-se um rito de instituição temático que consagra ou legitima um fato como mediático (sic), ou seja, mediaticamente abordável” (BARROS FILHO, 2003, p. 80).

Ele infere que, quanto menos perceptível for a arbitrariedade que existe na origem da produção jornalística, maior será a legitimidade das empresas de mídia “fundadas em sua aparente objetividade” (id, p. 80).

No entanto, como ele próprio diz, a postura aparentemente neutra surte efeito sobre o consumidor do produto jornalístico. O leitor acredita na parte que compra e pensa ser o todo. Por isso, pode ser mais interessante para um veículo colocar estrategicamente seus julgamentos no meio de um texto “objetivo” do que fazê-lo de forma explícita.

os filtros seletivos que caracterizam a recepção de um produto mediático (como a exposição, a atenção, a percepção e a retenção seletivas) a tornarão muito mais vulnerável a todos os elementos do produto mediático do que se nele houvessem tomadas de posição e julgamentos valorativos explícitos. Diante desses argumentos, a valoração ética no jornalismo dito “puramente informativo” ganha relevo e importância indiscutíveis (ibid, p. 82).

Porém, deve ficar claro o risco embutido nessa opção, colocado por Bucci (2000, p. 97), em um alerta aos meios de comunicação: “a impostura da neutralidade ainda constitui uma regra. E, como toda impostura, desinforma”.

Ronaldo Henn (1996) busca a explicação para a “neutralidade” no jornalismo no histórico da atividade.

Ela (a atividade jornalística) transforma-se em produto da burguesia que tomou as rédeas do mundo no século passado e que encontrava legitimidade na ciência moderna em seu auge. Desta forma, o jornalismo incorpora certos fundamentos da ciência de base positivista que acreditavam na objetividade, no distanciamento frio e imparcial do cientista e em uma razão absoluta. O jornalista comporta-se como um cientista, atendo-se apenas aos fatos, tratando-os distanciadamente, com critérios objetivos (id, p. 20).

Henn faz a separação entre a realidade e os relatos na imprensa, quando destaca que “as notícias não são os fatos e sim a narração deles (p. 32)”, e que “o jornalismo nunca ficou confortável nas amarras da objetividade de base positivista, já que seu próprio objeto é de natureza complexa” (p. 110), sendo que a própria sociedade se manifesta com contradições (p. 111).

Mas ele vai além de detectar as causas e as decorrências da postura jornalística baseada na imparcialidade. Ele consegue enxergar os benefícios que essa procura

proporciona a todo o sistema jornalístico: “entretanto, a objetividade, semioticamente falando, existe na condição de uma meta que anima todo o processo sógnico” (Henn, 1996, p. 99), indicando que, se não houvesse o compromisso expresso dos meios com os fatos e a realidade, a qualidade do trabalho jornalístico em geral cairia.

Para Bucci (2000, p. 112), um veículo que queira ser “neutro” pode colocar seus julgamentos, desde que restritos ao espaço opinativo, não devendo extrapolar para a produção noticiosa ou retaliações a profissionais. E os editoriais servem exatamente como um espaço em que os veículos possam colocar sua opinião de forma explícita, sem procurar enganar o leitor. Como diz Eugênio Bucci (id): “um jornal que se pretenda declarar apartidário pode, dentro do que se entende por normalidade ética, recomendar o voto num ou noutro candidato, excepcionalmente, desde que o faça no espaço reservado aos editoriais”.

Um artigo editorial não deve ter a pretensão de mediar as forças em seu espaço, mas mobilizar o receptor. Barros Filho (2003, p. 78), diz que, na produção “visa-se produzir algum tipo de adesão por parte do receptor e, portanto, uma mudança”. Por essa espécie de exercício de convencimento que se torna o editorial, também é neles que se concentram os estudos de persuasão jornalística, como bem mostra Barros Filho.

Ao analisar a persuasão de um produto jornalístico, os teóricos, como é compreensível, centraram suas análises nos segmentos que visavam explicitamente a adesão a um ponto de vista ou a uma idéia. Assim, os editoriais, os artigos assinados e sobretudo as publicidades mereceram exaustivas análises de conteúdo e conseqüentes alterações de visão de mundo, de comportamento etc. A “informação pura”, por se tratar de “um mero reflexo da realidade”, era entendida como sendo neutra, imparcial (BARROS FILHO, 2003, p. 79).

Separar do público o que são os artigos opinativos do que são as reportagens, que têm a pretensão da objetividade, se torna uma norma ética, como explica Eugênio Bucci. Os veículos midiáticos necessitam zelar para que cada repórter seja independente e tenha suas opiniões, e que no final essa pluralidade de visões de mundo contribua para a independência do veículo. (BUCCI, 2000, p. 107).

Uma observação a respeito do ‘editorial falado’ Schmidt é que, apesar de o editorial teoricamente falar em nome do veículo, o repórter coloca personalidades no meio da nota, como exemplo: “o episódio aconteceu quando o jornalista da TV Globo Alex Escobar, que falava comigo no telefone...” (FANTÁSTICO, 2010). É uma

estratégia que pretende criar uma relação de intimidade com a audiência, como se fosse o relato de algo que participou, por mais que o editorial tenha a função de externar uma opinião corporativa. E, apesar da linguagem confusa, misturando pessoalidades e impessoalidades, não fica dúvidas de que se trata de um editorial quando Schmidt fala, no final de seu texto, em nome do jornalismo da Globo:

“o que precisa ficar claro, em mais este episódio, é que torcemos muito para que a seleção chegue à conquista de mais um título mundial, e que a preocupação do jornalismo da rede Globo sempre foi a de levar a melhor informação a você, telespectador, independente de quem esteja no comando” (FANTÁSTICO, 2010).

A tentativa de sensibilizar a audiência culmina quando Schimdt se refere diretamente à segunda pessoa. Já O Estado procura esse apelo fundamentando sua escolha por Serra não por alguma preferência pessoal, mas alertando que a coletividade brasileira seria afetada, o chamado “interesse público”: “o apoio deve-se também à convicção de que o candidato Serra é o que tem melhor possibilidade de evitar um grande mal para o País” (ESTADO DE S. PAULO, 2010).

Na cobertura política de um jornal, o que não pode existir é uma subordinação formal, pública, entre um jornalista que cobre a política e um partido. Bucci (2000, p. 104) lembra bem ao dizer que a profissão visa atender ao interesse público, não obedecer ao partido. No fim, preservando a independência, se preserva também a qualidade da informação que se presta ao receptor e, conseqüentemente, à sociedade (p. 105).

Neste ponto da discussão, pode-se analisar a demissão da colunista Maria Rita Kehl pelo Estadão, no que a própria declarou ter sido vítima de um “delito de opinião” (KEHL, 2010b). Horas depois de publicar a entrevista com Kehl, Bob Fernandes conversou com Ricardo Gondour, editor de conteúdo de O Estado de S. Paulo, que negou a acusação de censura: “tinha uma conversa em torno dos rumos daquele espaço. Estão dizendo que foi a coluna de sábado que causou isso, mas não foi, não. Era o foco daquele espaço que era outro. Claro que a coluna de sábado foi uma coluna forte...” (GONDOUR, 2010). Ele inclusive rechaçou a acusação de demissão, alegando que os colunistas do jornal se revezam, e que Kehl já havia cumprido o ciclo (id). Mesmo assim, deixou transparecer em vários momentos da entrevista que o tema do artigo pode ter acelerado a saída da colunista.

No dia seguinte, em entrevista para Conceição Lemes, Kehl (2010c) continuou sustentando que foi o artigo em específico que a tirou do jornal. Até então, segundo ela, a própria editora não reclamava do foco de suas colunas, mas, três dias depois, a situação se inverteu radicalmente, o que leva a fortes indícios de que Kehl foi afastada da publicação por ir contra a norma editorial.

“Na terça [5 de outubro]. Recebi um telefonema [da editora] muito constrangido de que a coisa tinha ficado muito feia...cartas de leitores estavam reclamando muito da minha presença no jornal... tinha gente do Conselho Editorial muito enfurecida... a situação estava muito difícil. Ela lembrou de que a ideia inicial era que eu escrevesse sobre psicanálise” (id).

A imprensa tem uma missão consagrada de vigiar o governo, fiscalizar o poder e o exercício deste pelos governantes. Além do mais, a imprensa atende ao direito de livre acesso à informação, que vai além das conveniências de mercado. É um direito que pressupõe o franco debate de ideias, e do qual a imprensa deve se colocar como um dos grandes pilares. Como coloca um preocupado Eugênio Bucci, ao notar que uns parecem poder mandar mais do que outros:

... o fato é que a simples constatação de que os empregadores têm mais condições de opinar do que os empregados indica mesmo um desequilíbrio. (...) Quando um único segmento da sociedade – aquele composto dos que são donos de rádios, televisões, jornais, revistas, sites na internet – opina mais que os outros setores, algo não vai bem (BUCCI, 2000, p. 116).

O jornalismo e o livre acesso à informação, mais do que tudo, é um produto da democracia.

## **Conclusão**

O acompanhamento e pesquisas sobre como a TV Globo e o jornal O Estado de S. Paulo tratavam, respectivamente, Dunga e Lula (e por extensão a candidata apoiada pelo então presidente), mostra que esses veículos já pretendiam se confrontar com as celebridades antes da exibição ou publicação de seus editoriais. Eles já procuravam mostrar a seu público a antipatia pelo ex-técnico e ex-presidente. Porém, ambos esperaram por uma oportunidade pública para justificar a postura que tomavam.

Enquanto a Globo aproveitou os ataques de Dunga a Alex Escobar, o “Estadão” esperou Lula atacar jornais e revistas para, como é dito popularmente, “vestir a carapuça”.

A imparcialidade não existiu nesses casos, nem antes e nem depois, mas, em substituição, ambos os veículos, para não ficarem suspeitos do público, em seus editoriais utilizaram a estratégia de se colocar ao lado da população. Por essa lógica, em vez de buscar a neutralidade, estariam agindo sob o nome do “interesse público” para manterem suas credibilidades. Os valores defendidos por setores da imprensa, de imparcialidade e objetividade, ficam em ‘xeque’ quando se constata isso.

Mais questionado ainda fica o caráter democrático defendido pelos veículos de imprensa. Os fortes indícios de que a exclusão de Maria Rita Kehl de O Estado de S. Paulo dão a entender de que o jornalista pode perder o emprego por apenas expressar uma opinião discordante. Mesmo que Kehl estivesse para sair realmente de O Estado, o jornal não se esforçou para desatrelar o desligamento da coluna publicada no fim de semana anterior.

A verdadeira missão do jornalismo e dos veículos de mídia aponta para o respeito aos valores democráticos. Agir de forma contrária é atentar contra si mesmo.

### **Referências:**

- BRASIL DE FATO (2010). Análise da candidatura Dilma nas capas dos jornais, 1 de outubro. Disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/node/3320/>>. Acesso em: 02 de setembro de 2011.
- BUCCI, Eugênio. Sobre ética e imprensa. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- Editorial: o mal a evitar. Estado de S. Paulo, set. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,editorial-o-mal-a-evitar,615255,0.htm/>>. Acesso em: 08 de novembro de 2010.
- FANTÁSTICO. Editorial de resposta da TV Globo contra Dunga. Youtube, jun. 2010. Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=mm\\_yn4-1QN4&/>](http://www.youtube.com/watch?v=mm_yn4-1QN4&/>). Acesso em: 08 de novembro de 2010.
- FELTRIN, Ricardo. Telespectador ataca Globo e fica do lado de Dunga. *Ooops!*, portal UOL, jun. 2010. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2010/06/22/telespectador-ataca-globo-e-fica-do-lado-de-dunga.jhtm/>>. Acesso em: 08 de novembro de 2010.
- FILHO, Clóvis de. Ética na comunicação. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- FOLHA DE S. PAULO. Manual de Redação. 6. ed. São Paulo: Publifolha, 2001. 391 p.
- FOLHA ONLINE (2010). Faustão chama Dunga de “arrogante” e diz que não adianta chutar cachorro morto, 4 de julho. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/761781-faustao-chama-dunga-de-arrogante-e-diz-que-nao-adianta-chutar-cachorro-morto.shtml/>>. Acesso em: 07 de abril de 2011.
- GANDOUR, Ricardo. Diretor do Estadão: "Não houve censura a Maria Rita Kehl": entrevista. [7 de outubro, 2010]. Terra Magazine. Entrevista concedida a Bob Fernandes. Disponível em: <<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4722596-EI6578,00->

Diretor+do+Estado+Nao+houve+censura+a+Maria+Rita+Kehl.html/>. Acesso em: 02 de setembro de 2011.

HENN, Ronaldo Cesar. A pauta e a notícia: uma abordagem semiótica. Canoas: Ed. Ulbra, 1996. 120 p.

KEHL, Maria Rita. Dois pesos.... Estado de S. Paulo, out. 2010a. Disponível em: <[http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20101002/not\\_imp618576,0.php/](http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20101002/not_imp618576,0.php/)>. Acesso em: 25 de maio de 2011.

\_\_\_\_\_. Maria Rita Kehl: "Fui demitida por um 'delito' de opinião": entrevista. [7 de outubro, 2010b]. Terra Magazine. Entrevista concedida a Bob Fernandes. Disponível em: <[http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4722228-EI6578,00-](http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4722228-EI6578,00-Maria+Rita+Kehl+Fui+demitida+por+um+delito+de+opiniao.html/)

[Maria+Rita+Kehl+Fui+demitida+por+um+delito+de+opiniao.html/](http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4722228-EI6578,00-Maria+Rita+Kehl+Fui+demitida+por+um+delito+de+opiniao.html/)>. Acesso em: 25 de maio de 2011.

\_\_\_\_\_. Maria Rita Kehl: Os bastidores de sua demissão pelo Estadão: entrevista. [8 de outubro, 2010c]. Vi o mundo. Entrevista concedida a Conceição Lemes. Disponível em: <<http://www.viomundo.com.br/politica/maria-rita-kehl-os-bastidores-de-sua-demissao-pelo-estadao.html/>>. Acesso em: 02 de setembro de 2011.

LULA. Lula critica imprensa que se comporta como partido político. Youtube, set. 2010. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=YFcjaoza80s/>>. Acesso em: 07 de abril de 2011.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2003. 400 p.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: BOCC Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. V. 1, 1999.

SANCHEZ, J. F. Persuasión por sobredosis de neutralidade. La libertad del lector de periódicos. Información y Persuasión, Terceras Jornadas de Ciencias de la Información, Pamplona, Eunsa, 1989.

TERRA (2010). Casagrande aponta Brasil 'descontrolado'; Galvão critica Dunga, 2 de julho. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/copa/2010/noticias/0,,OI4539496-EI15647,00Casagrande+aponta+Brasil+descontrolado+Galvao+critica+Dunga.html/>>. Acesso em: 07 de abril de 2011.