

ANÁLISE NOTICIOSA VEICULADA NO JORNAL O POPULAR SOBRE A POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS EM 2017.

NEWS ANALYSIS VEICULATED IN THE POPULAR JOURNAL ON THE MILITARY POLICE
OF THE STATE OF GOIÁS IN 2017.

PORTUGAL NETO, Adelson Carvalho¹
SANTOS, Nilton de Almeida²

RESUMO

O presente artigo pesquisou como ficou a imagem da polícia militar do Estado de Goiás perante aos leitores do jornal O popular no ano de 2017. Para isso, foram verificadas todas as edições publicadas pelo jornal no 1º Caderno, folheando página por página em busca de notícias sobre a PMGO. O resultado não foi favorável à instituição visto que das 109 publicações, 83 foram negativas e 26 positivas à imagem da Instituição. Isso significa um percentual de 79% notícias ruins e 21% boas. Foi constatado também que as notícias boas geralmente não repercutem como as ruins, pois dificilmente têm uma cobertura diferenciada com desdobramentos do assunto nas tiragens futuras. Já as ruins saem em várias edições seguidas, com ênfase contínua ao tema ferindo a imagem da Polícia. A pesquisa foi relevante ao observar que a conduta inapropriada do policial repercute de maneira negativa para a Instituição Polícia Militar, no caso, do Estado de Goiás, haja vista o modo como a imprensa publica estas notícias.

Palavra chaves: Analise conteúdo jornalístico PMGO. Jornal O Popular conteúdo PMGO. Analise conteúdo PMGO O Popular 2017.

ABSTRACT

This article investigated the image of the military police of the State of Goiás before the readers of the popular newspaper O in the year 2017. For this, all the editions published by the newspaper in the 1st Notebook were searched, page by page in search of news about PMGO. The result was not favorable to the institution since of the 109 publications, 83 were negative and 26 positive to the Institution's image. That means a percentage of 79% bad news and 21% good news. It was also noted that good news generally do not reflect as bad ones, because they hardly have a different coverage with unfolding of the subject in future releases. But the bad ones leave in several editions followed, with continuous emphasis to the subject hurting the image of the Police. The research was relevant when observing that the inappropriate conduct of the police repertoire of negative way to the Institution Military Police, in the case, of the State of Goiás, given the way the press publishes this news.

Keywords : PMGO journalistic content review. Journal The Popular PMGO content. PMGO content review The Popular 2017.

¹ Aluno do Curso de Formação Praças 2017 do Comando da Academia da Polícia Militar de Goiás – CAPM, adelsonc87@gmail.com; Formosa-Go, Maio de 2018

² Professor orientador: Especialista professor do Programa de Pós Graduação da Academia da Polícia Militar de Goiás – CAPM, niltonsantos@hotmail.com, Formosa-Go, Maio de 2018.

1 INTRODUÇÃO

Todos os órgãos públicos são alvo de notícias, que refletem diretamente na sua imagem perante a sociedade que acompanha os veículos de comunicação. A polícia Militar do Estado de Goiás (PM-GO) é sem dúvida uma das instituições mais citadas nos noticiários diários, por desenvolver um trabalho difícil, e de grande complexidade nas ruas do Estado que tem aproximadamente 340 mil km² e com mais 6 milhões de habitantes.

Comparado aos jornais impressos nacionais, a mídia local tem uma maior aproximação com a comunidade, haja vista à proximidade da vida cotidiana do leitor. Segundo Ghizzoni (2013) a mídia local está impregnada de rótulos e polêmicas e além disso é um modelo de comunicação pouco pesquisado em estudos científicos.

Por essa razão o presente estudo pretende avaliar o conteúdo jornalístico abordado sobre a atuação da PM-GO no que se refere à proporção de notícias que enaltecem ou desabonam o desempenho da Corporação. Para isso, a pesquisa será baseada nos noticiários publicados no ano de 2017 do jornal O Popular, principal periódico do Estado de Goiás. Como será que ficou a imagem da instituição PMGO nesse período?

A perspectiva é ilustrar o impacto do referido jornal na imagem da polícia goiana para a sua população. Por conseguinte, aspira-se com essa análise amostral, demonstrar por meio dos dados obtidos, a prevalência positiva ou negativa da atuação da mencionada Instituição, parâmetros esses que servirão como um termômetro da imagem do desempenho da PM-GO.

A pesquisa se dará em uma análise mensal das notícias publicada do referido jornal já citado. As informações coletadas serão expostas em tabelas e gráficos. Com isso, pretende-se fazer um balanço mês a mês, avaliando assim como foi retratada a imagem da corporação no ano de 2017.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A necessidade de se fazer propagar informações em uma dada sociedade sempre existiu, sendo potencializada com os desenvolvimentos políticos, econômicos e sociais. Nessa linha de pensamento, o jornalismo e a notícia surgem compartilhando um caminho de desenvolvimento em comum com a imprensa. A mídia impressa, em

sua grande parte, é voltada a matérias jornalísticas e/ou publicitárias, impresso em gráficas, através de tecnologia específica. Este meio de comunicação trabalha aliando a produção e a difusão de informações, por meio de uma atividade especializada. Para Bruno César Brito Viana (2013, p. 01), considera-se a notícia como um dos principais artefatos da mídia impressa, desenvolvidas por meio de técnicas específicas no âmbito das práticas e rotinas do jornalismo.

Um exemplo de mídia impressa de grande circulação é o diário O Popular, do grupo Jaime Câmara, que tem como sócios fundadores, os irmãos Joaquim Câmara e Rebouças Câmara. Segundo o jornalista Rogério Borges (2013, p.1): “O jornal nasceu junto com os pioneiros de uma cidade que brotava do cerrado, Goiânia, que ainda estava em sua primeira infância”. Atualmente, é o principal jornal do centro oeste Brasileiro com tiragem de aproximadamente 30 mil exemplares por dia, abastecendo o povo goiano de notícias há quase 80 anos.

Além do diário impresso, o jornal O Popular tem seu site de notícias na internet. Segundo pesquisa Ibope de consumo de mídia (2016), no momento atual, 26% da população Brasileira usa a internet para busca de notícias diárias, perdendo apenas para a televisão, que continua liderando com 63%. Segundo ainda a pesquisa, de um em cada três respondentes afirma ler jornal. Destes, dois em cada três leem mais a versão impressa; cerca da metade destes adquire em bancas. O acesso a esse meio de comunicação é mais costumeiro entre segunda e sexta-feira; por sua vez, o tempo diário de acesso é de aproximadamente uma hora e dez minutos (Ibope inteligência, 2016 p. 33).

Um dos temas bastante abordados pelas mídias é a segurança pública, principalmente por ser uma das principais questões de preocupação do ser humano. De acordo com o psicólogo americano Abraham Harold Maslow (1943) apud TRISTÃO et al (2010 p. 4), ela aparece como segunda necessidade humana, ficando atrás apenas das fisiológicas.

A segurança pública é um tema recorrente na mídia, pois retratam o crime e a violência que afeta cotidianamente a vida da população. A cobertura da mídia tem sido tão abrangente que muitas vezes divulga ações criminosas e a ação policial praticamente em tempo real (CRUZ, 2008 p.14).

A polícia militar engloba a pauta de segurança pública, e quase todos os dias é arrolada nos noticiários, predominantemente com viés negativo. Nas palavras do Coronel reformado da PMMG, Augusto Severo, “para entender o relacionamento

da Polícia Militar com a imprensa, é necessário analisar um pouco a cultura de uma força policial militar” (ALVIN, 2010 p.31).

Existe um abismo na relação entre as instituições Polícia Militar e imprensa, pois seus objetivos são distintos. A polícia tem a função de segurança pública e a imprensa de informar o cidadão. Porém, o que pauta o trabalho jornalístico é a audiência, o que interfere na interpretação da comunicação de massa.

Algumas teorias foram desenvolvidas ao longo do tempo para explicar os efeitos dos meios de comunicação na massa. Primeiro, é entendido como comunicação de massa a difusão de notícias por meio de jornais, televisão, rádio, cinema e Internet, os quais formam um sistema denominado 'mídia'. A comunicabilidade de massa tem como peculiaridade chegar a uma grande quantidade de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor. (Wikipédia, enciclopédia livre, p.1).

Uma das teorias de comunicação de massa é a da bala mágica ou hipodérmica. É assim definida por supor que todo estímulo causado por uma mensagem enviada terá resposta, sem encontrar objeção do destinatário (PORTO, 2018).

Os conceitos da Teoria Hipodérmica foram elaborados pela Escola Norte-Americana na década de 1930, e os objetivos do desenvolvimento deste modelo de Teoria da Comunicação giravam em torno da busca por uma maneira de compreender as influências da comunicação no comportamento da população, para a partir disto ser possível pensar em estratégias para exercer influência comportamental sobre o povo. No entanto, a Teoria Hipodérmica é tida como limitada, por ter um embasamento extremamente simples, considerando a massa de indivíduos receptores completamente homogênea, desconsiderando qualquer particularidade social, política, religiosa ou histórica. Nela, todos os indivíduos são pensados como equivalentes e presume-se que recebam as mensagens da mesma forma (PORTO, 2018).

Outra teoria, é a denominada Teoria Crítica que veio com a Escola de Frankfurt e fomentou a ideia de que a comunicação de massa se tornou uma indústria cultural, onde a cultura era trocada por dinheiro. De acordo REIS, (2006 p.13) com a “Escola de Frankfurt” trata-se de uma escola de “filosofia social” com ideais marxistas e na vanguarda do pensamento burguês.

Neste estudo o mais marcante conceito surdido de teóricos da Escola de Frankfurt é a “Indústria Cultural”.

A Indústria Cultural é definida pela comercialização, compra e venda, do acervo cultural, ou seja, este é retirado do orbe da arte e colocado no âmbito de produtos a serem trocados por dinheiro. (REIS, 2006, p. 6).

Mais uma teoria que procura estudar a influência dos meios de comunicação no desenvolvimento dos pensamentos das pessoas é o agenda setting que define a mídia determinando a pauta para a opinião pública ao destacar quais são os temas de maior relevância em relação ao público e quais serão descartados. A teoria do agendamento argumenta que existe um filtro de notícias que separa quais delas serão publicadas ou não.

O jornal é pautado conforme interesse dos “patrocinadores” pois são eles quem determinam o tamanho da matéria e o destaque que será vinculado ao fato. Este “acordo comercial” cria verdades baseadas em notícias que estão diretamente ligadas a interesses pessoais, sendo assim, a mídia deixa de exercer sua função que é a informação da realidade (BRUM, 2011 p.1).

Bastante similar à Agenda Setting, o estudo do Gatekeeper conhecido também como o princípio dos guardiões do portão. Segundo Jardim (2013 p.8) Gatekeeper é “uma seleção de informação em “portões” monitoradas por “porteiros”, havendo informação que passa e outra que fica retida”. Esses portões são regidos por regras imparciais ou por um grupo no poder que tem o papel de decidir qual informação será aprovada ou rejeitada (TRAQUINA, 1993 apud FERNANDES, 2011 p.20).

Dentro desta teoria pressupõe que o leitor não terá ingresso à fonte do Gatekeeper, disporá somente da informação sobre a perspectiva do Gatekeeper. Essa filtragem de seleção das notícias é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor fundados nas experiências, posicionamentos e expectativas do Gatekeeper (FERNANDES, 2011, p.36).

Wolf (2001, p.5) realça que “na distinção e na filtragem das notícias, os preceitos ocupacionais, profissionais e organizativos aparentam ser dominantes em relação às preferências pessoais”. As empresas de comunicação optam por meio do seu projeto editorial e comunicacional o que será ou não divulgado para o seu público e de que forma isso será executado. Destarte muitas vezes a vontade do profissional não é considerada (SILVA e PAULA, 2012, p.5).

Em conformidade com ABRAS e PENIDO (2006 p. 35) a teoria do Gatekeeper baseia-se numa seleção de informação, mas de tal forma “que a maior parte do Gatekeeper cabe ao espaço organizacional, pois coloca limites ao trabalho do jornalista, que acaba por se submeter às políticas e aos interesses corporativos”.

E esta análise das notícias que atravessam ou não o portão é influenciada, principalmente pelo meio em que vivem os jornalistas. A subjetividade do jornalista acaba, assim, por ser determinada pelo seu ambiente social e

comunitário e pela formação cultural e ideológica que lhe é intrínseca, incluindo a sua concepção ética, aquilo que considera como moralmente aceitável ou não (FERNANDES, 2011).

3 METODOLOGIA

O presente artigo procurou analisar as notícias relacionadas à Polícia Militar do Estado de Goiás. A pauta segurança pública é uma das mais frequentes no noticiário diário, e entre os órgãos de segurança pública, elencados no Art. 144 da Carta Magna, a PM é um dos mais noticiados pelos veículos de imprensa pelo seu trabalho ostensivo e preventivo.

A pesquisa foi feita analisando notícias do jornal O popular, referente ao período de janeiro a dezembro de 2017. Foi produzida uma estatística das matérias publicadas no diário, filtrando as notícias favoráveis e as desfavoráveis à instituição PM-GO.

O jornal O Popular foi escolhido por ser um dos principais veículos de comunicação do Estado de Goiás. O grupo que administra o jornal é o maior da região, dono de vários outros meios de comunicação. Portanto, é um periódico bem conceituado e bastante lido pela população goiana. Com isso, o trabalho conseguiu atingir o objetivo que é a avaliação perante a opinião pública.

Com a assinatura digital do jornal O popular, foi coletado os dados da pesquisa, abrindo e conferindo todas as páginas do 1º caderno de todos os exemplares do diário em sua plataforma digital referentes ao ano de 2017, com intuito de identificar as notícias favoráveis e desfavoráveis, alimentado assim, tabelas e gráficos em planilhas Excel que, ao final, mostrou como a imagem da instituição PM-GO ficou para os leitores do impresso no referido ano.

Por fim, o foco da pesquisa foi a obtenção de dados concretos e relevantes para que a instituição possua um feedback de sua imagem, e essas informações, possam servir de instrumento de trabalho para a construção de uma boa imagem da PM-GO perante a sociedade. Atualmente, com a rapidez das atualizações de informações pela internet, esse tipo de análise se tornou imprescindível para as instituições na busca de uma melhor aceitação e respeito do público externo.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

No ano de 2017 tiveram 109 matérias publicadas relacionadas a Polícia Militar do Estado de Goiás no jornal “O Popular”. Das veiculações, 83 notícias foram negativas a instituição, e 26 de cunho positivo.

Os dados do Gráfico 1 ajudam a entender como o ano foi desfavorável à PM-GO. Praticamente em todos os meses tiveram mais notícias desfavoráveis do que favoráveis. O Gráfico 2 faz o balanço do ano com 79% de notícias negativas e 21% positivas.

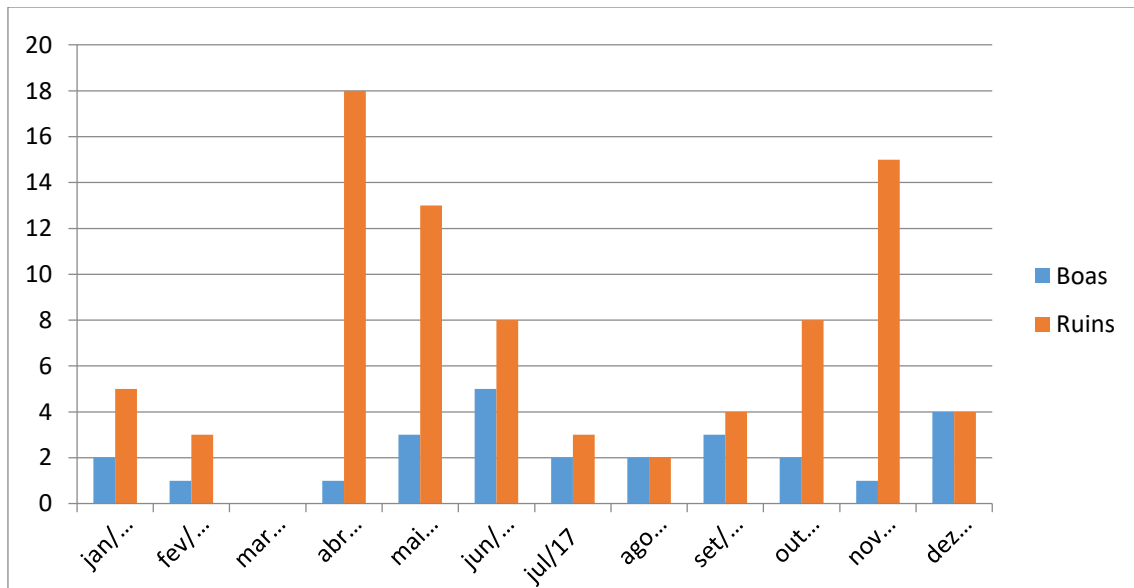


Gráfico 1: Estatística das notícias do ano de 2017 veiculadas ao Jornal “O Popular” divididas mensalmente em matérias positivas e negativas referentes a Polícia Militar do Estado de Goiás.



Gráfico 2: Relação de notícias positivas e negativas (%) publicadas no Jornal “O Popular” referentes a Polícia Militar do Estado de Goiás no ano de 2017.

Os meses de abril, maio e junho foram o período com mais publicações, grande parte de forma negativa. No mês de Abril, dois acontecimentos foram marcantes e repercutiram de forma negativa para a instituição PM-GO. O primeiro caso foi o do menor Roberto Campos da Silva (conhecido como Robertinho), de 16 anos, morto a tiros por policiais da P2 (serviço de inteligência da Polícia Militar), dentro de casa, na grande Goiânia. O pai do menino foi baleado, porém sobreviveu. O segundo caso foi do manifestante Mateus Ferreira da Silva, de 33 anos, agredido por policial militar durante uma manifestação em Goiânia. Esses dois episódios repercutiram pelo jornal durante quase todos os meses subsequentes do ano. (Informações extraídas do jornal O popular)

Um outro episódio marcante ocorreu em outubro de 2017: um menor de idade matou a tiros dois colegas de classe e feriu outros quatro com a arma funcional da mãe, uma Sargento da PM-GO. O caso repercutiu bastante no jornal, porém, o objetivo desse trabalho era relacionar as matérias com a PM-GO, portanto, a título de estatística, só foi computada as matérias que mencionavam o nome da mãe ou do pai, policiais militares, com o caso em questão. (Informações extraídas do jornal O popular)

No final de Novembro e começo de Dezembro outro caso negativo para a imagem da PM-GO: os policiais de Senador Canedo. Ao interceptarem um carro, que supostamente estava sendo utilizado por sequestradores, os policiais militares atiraram e mataram os bandidos e o refém Thiago Messias, de 31 anos. Câmeras de

segurança de um posto de gasolina flagraram o momento que um dos policiais atira com a arma de um dos bandidos na tentativa de forjar um suposto confronto com a polícia. (Informações extraídas do jornal O popular)

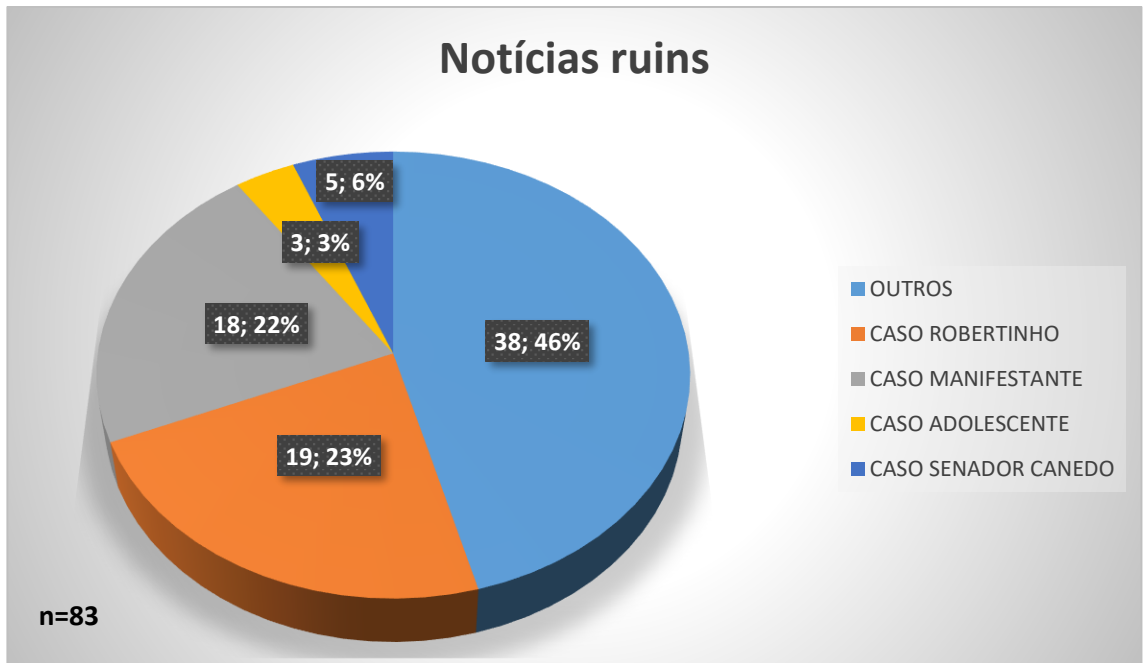


Gráfico 3: Estatística de matérias ruins separadas por casos de maior repercussão.

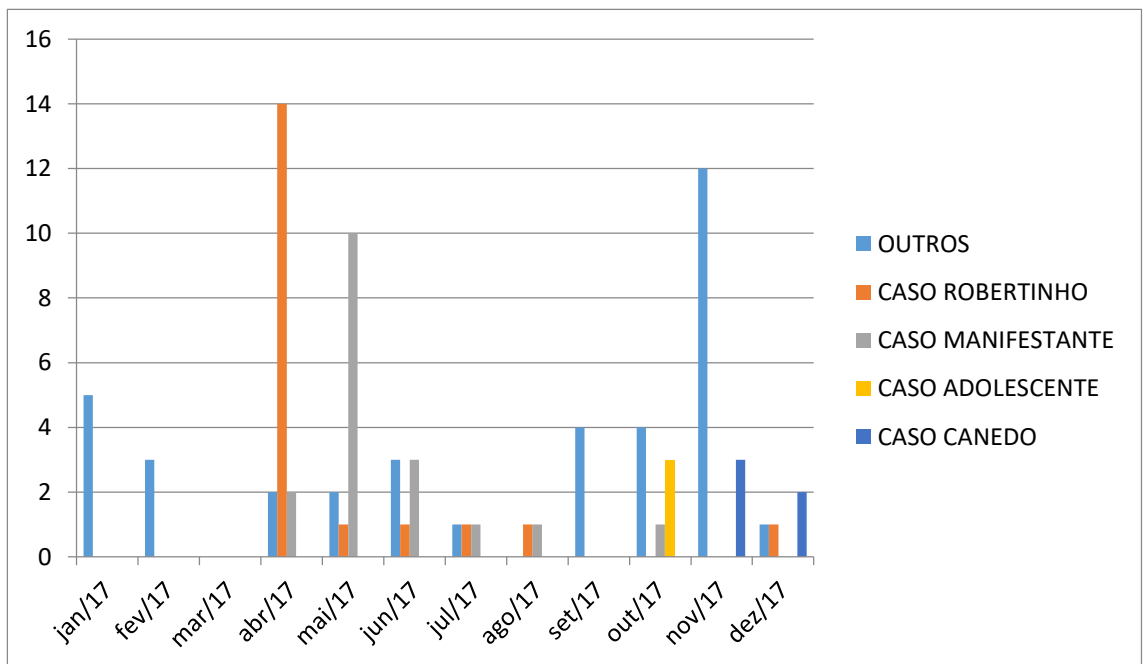


Gráfico 4: Estatística de matérias ruins sobre a PM-GO separadas pelos meses de publicação no Jornal O Popular.

Observamos no Gráfico 3 que, em 2017, mais da metade das publicações ruins a respeito da PM-GO giraram em torno de 4 casos de maior repercussão. O Gráfico 4 mostrou que há o desdobramento dos assuntos nos meses subsequentes, fazendo

com que o leitor se lembrasse do fato durante praticamente todo ano, desgastando assim a imagem da polícia.

Como foi citada no referencial teórico, a teoria do agenda setting e do Gatekeeper conhecido também como o princípio dos guardiões do portão ajuda a explicar o desgaste que essa repercussão ruim causou a imagem da instituição. Essas notícias negativas vão ao encontro à teoria da indústria cultural, citada no referencial teórico. Esta diz que a notícia é um comércio, e a mídia precisa atrair leitores, e certamente, a pessoa que leu o caso, quer saber desfecho da história, isso dá audiência, vende jornal.

A teoria do agenda setting estuda a influência dos meios de comunicação no desenvolvimento dos pensamentos das pessoas e a do Gatekeeper fomenta a ideia que um editor escolhe o que as pessoas devem pensar sobre determinado tema. Portanto, a repercussão de matérias negativas durante vários meses aumenta mancha a reputação da Polícia Militar perante a sociedade.

Por outro lado, as notícias favoráveis à instituição foram em menor número, se comparadas às notícias desfavoráveis, e tiveram baixa repercussão porque os assuntos não se prolongaram nas edições seguintes do jornal. Exemplo: Na edição de fevereiro de 2017 foi informado que o comandante geral anunciou um aumento no efetivo em Luziânia, cidade do entorno do Distrito Federal, melhorando o policiamento. A posteriori, não foram publicadas matérias indicando as consequências desta ação como a melhoria na sensação de segurança segundo a população ou dados que informem a diminuição nos índices de criminalidade.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo verificar a imagem da polícia diante dos leitores do maior jornal do Estado de Goiás, O jornal O Popular. A pesquisa analisou todas as notícias publicadas, no ano de 2017, referentes a PM-GO. As notícias

referentes à Corporação, de caráter positivo, quantitativamente, foram inferiores e de baixa repercussão. Ao contrário, as notícias negativas foram em número maior, sendo que quatro delas foram exploradas em várias edições durante o ano.

Dado o exposto, a mídia é uma indústria de vender jornal, por isso, os assuntos negativos sempre terão maior espaço, e a polícia militar como instituição representada por seus policiais, sempre será uma vidraça prestes a se quebrar. O policial pode acertar com frequência, mas, no dia em que errar, será levado à condição de vilão pela imprensa.

Isto posto, o policial militar de Goiás deve basear sua conduta no procedimento operacional padrão (POP), a fim de que sua imagem e a reputação de toda a Polícia Militar do Estado estejam resguardadas.

Além disso, cada integrante da instituição pode e deve abraçar a ideia de mudar a imagem da PM-GO perante o público externo. Uma boa estratégia seria compartilhar vídeos e notícias institucionais aos seus amigos e familiares via rede social, atitude simples e eficaz. Hoje, a PM tem cerca de 14 mil integrantes na ativa, se cada um compartilhasse para 10 pessoas atingiriam um público de cerca de 140 mil pessoas.

Com isso, todas as vezes que forem veiculada notícias que tragam prejuízo a imagem da instituição na grande imprensa, boa parte do público externo terá o conhecimento de o quanto o trabalho diário da PM-GO é sério e de qualidade. Erros acontecem em qualquer profissão, o julgamento não pode ser feito só por uma matéria de jornal, o balanço dos acertos devem ser levados em consideração.

Por fim o referido trabalho pode ser uma ferramenta de monitoramento a ser usada por esta instituição policial, para criar estratégias de resposta diante de notícias negativas ou até mesmo apelativas que possam afetar a sua imagem perante a sociedade. Assim sendo, monitorar as notícias é uma forma de a polícia ter o direito de resposta e, a partir disso, construir uma boa imagem da PM-GO.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAS, Fernanda; PENIDO, Pedro. De Gatekeeper a Cartógrafo da informação: a reconfiguração do jornalista na web. Disponível em:

<https://pt.scribd.com/doc/905079/De-Gatekeeper-a-Cartografo-da-Informacao-A-Reconfiguracao-do-Papel-do-Jornalista-na-Web>. Acessado em 13/02/2018 às 13h30min.

ALVIM, André Luís Toledo. Dissertação: Desafios na Cobertura de Segurança Pública: É possível um jornalismo interpretativo em meio às produções factuais e à pressão pelo imediatismo? Disponível em:

<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/Andr%C3%A9Alvim.pdf> Acessado em 10/02/2018 às 11h00min.

BORGES, Rogério. História em 75 capas. 2013. Disponível em

<https://www.opopular.com.br/hist%C3%B3ria-em-75-capas-1.296168> Acessado em 09/02/2018 às 21h20min.

BRUM, Juliana. A Hipótese do Agenda Setting (Teoria do Agendamento), número 35. Disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/jbrum.html>.

Acesso em 13/02/2018 às 14h00min.

CRUZ, Tércia Maria Ferreira da. Dissertação: Mídia e segurança pública: a influência da mídia na percepção da violência. Disponível: <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2010/06/Tercia-M.-F.-da-Cruz.pdf> Acessado em 10/02/2018 às

08h25min.

FERNANDES, Bruno Rafael Duarte. Dissertação: A Teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: O caso da RDP, 2011.

https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1311/1/Tese_Bruno_Fernandes.pdf Acesso em 13/02/2018 às 13h25min.

GHIZZONI, Manuela Jornalismo regional como mediador social: uma análise de conteúdo, 2013

revistas.ufpr.br/vernaculo/article/download/34438/22954 Acesso em 23/02/2018 às 20h00min.

JARDIM, GABRIELA A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo, 2013

<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/Lumina14-15-GabrielaJardim.pdf> Acesso: 12/02/2018 às 20h20min

PORTO, Gabriella. Teoria hipodérmica. Disponível em:

<https://www.infoescola.com/comunicacao/teoria-hipodermica>. Acesso em 12/02/2018 às 10h30min.

REIS, Livia Dias Jácome. Dissertação: A construção da subjetividade e a influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea 2006. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2869/2/20161013.pdf> Acessado em 12/02/2018 às 11h15min.

Relatório pesquisa brasileira de mídia 2016, Ibope inteligência.

<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acessado em 09/02/2018 às 22h34min.

SILVA, Daiana Oliveira; PAULA, Leciele Maria Segantini. Gatekeeper, Teoria e Importância do Jornalismo. Disponível em

<http://www.aems.edu.br/conexao/educacaoanterior/Sumario/2012/downloads/2012/humanas/Gatekeeper,%20TEORIA%20E%20IMPORT%C3%82NCIA%20NO%20JORNALISMO.pdf>. Acessado em 13/02/2018 às 20:40min.

TRISTÃO et al. A interferência da cobertura jornalística na sensação de segurança e a construção identitária da Polícia Militar de JF: uma análise dos efeitos da criminalidade do município. Disponível em

https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2010/05_COMUNICACAO_interferenciacoberturaPM.pdf Acessado em 10/02/2018 às 9h30min.

VIANA, Bruno César Brito. Mídia impressa: o dispositivo. 9º Encontro Nacional de História da Mídia. UFOP, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/qt-historia-da-midia-impressa/midia-impressa-o-dispositivo>. Acessado em 09/02/2018 às 22h00min.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Ed. Presença, 1995. Disponível em:

http://www.jornalismoufma.xpg.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf Acessado em 13/02/2018 às 19h20min.