

A MANIPULAÇÃO IMAGÉTICA: estudo de caso sobre o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* e *La Nación*

LA MANIPULACIÓN IMAGÉTICA: un estudio de caso sobre el proceso de *impeachment* de la presidenta Dilma Rousseff en los periódicos *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* y *La Nación*

Lila LUCHESSI¹

Universidad Nacional de Río Negro | Universidad de Buenos Aires | Argentina

Denis RENO²

Universidade Estadual Paulista | Brasil

Universidade de Aveiro | Portugal

Fernando IRIGARAY³

Universidad Nacional de Rosario | Argentina

Resumo

A máxima de que uma imagem fala mais do que mil palavras é controversa. A imagem tem pouco poder quando apresentada isoladamente. Sua contextualização pode fazer a diferença. Esse poder está na fotografia, e em sua manipulação, artifício potencialmente adotado pela imprensa. Este artigo apresenta um estudo de caso sobre a cobertura jornalística durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Foram adotados exemplos selecionados aleatoriamente, e por conveniência, em meios argentinos e brasileiros que demonstraram uma narrativa tendenciosa para a construção de uma opinião pública favorável à demissão.

Palavras-chave

Jornalismo; *Impeachment*; Fotografia; Imprensa.

Resumen

La idea de una imagen vale más que mil palabras es controversial. La imagen tiene poco poder cuando aparece sola. Su contextualización puede hacer una diferencia. El poder está en la fotografía y en su manipulación, como potencial artifício de la prensa. Este artículo surge de un estudio de caso sobre la cobertura periodística del *Impeachment* a Dilma Rousseff. Se tomaron ejemplos aleatorios y por conveniencia en medios argentinos y de Brasil para demostrar una narrativa tendenciosa en la construcción de una opinión pública favorable a la destitución.

Palabras clave

Periodismo; *Impeachment*; Fotografía; Prensa

RECEBIDO EM 20 DE SETEMBRO DE 2018
ACEITO EM 11 DE OUTUBRO DE 2018

¹ Doutora em Ciências Políticas pela Universidade de Belgrano (Argentina). Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade de Buenos Aires (Argentina). Professora na Universidade Nacional do Rio Negro – Universidade de Buenos Aires – Universidade Nacional de Rosario. Integra o comitê acadêmicos da Cátedra Latino-americana de Narrativas Transmedia (ICLA-UNR). Contato: luchessi@gmail.com.

² JORNALISTA. Pós-doutor da Universidade de Aveiro (Portugal). Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Livre-docente em Ecologia dos Meios e Narrativas Imagéticas. Professor na Universidade Estadual Paulista (Brasil), professor visitante na Universidade Nacional de Rosario (Argentina). Contato: denis.porto.reno@gmail.com.

³ JORNALISTA. Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Nacional de Rosario (Argentina). Mestre em Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação pela UNED (Espanha). Diretor da Maestría/Especialização em Comunicação Digital Interativa e de Comunicação Multimídia na UNR. Contato: fgirigaray@gmail.com.

Introdução

A construção da opinião pública envolve uma série de fatores, justificados por uma estratégia de condução do pensamento coletivo. Essa tarefa, quando realizada com princípios éticos que regem o jornalismo, alcança resultados positivos na sociedade. Entretanto, em diversos momentos a opinião pública é manipulada com o objetivo de alcançar resultados desejados por pequenos grupos, beneficiários das consequências.

A preocupação com a opinião pública não é algo novo. Ela surge junto ao desenvolvimento de processos e tecnologias de comunicação massiva, algo expressivo a partir do rádio e da televisão. Entretanto, a comunicação em processos massivos surge, de fato, a partir da invenção da prensa por Johan Gutemberg - processo esse que se consolida com a chegada do realismo oferecido pela fotografia, algo que facilitava o convencimento da sociedade. Afinal com a imagem, as pessoas assumiam o *status* de testemunha de um fato documentado pela imagem, mesmo que ela tivesse sido manipulada.

Como já dissemos, as possibilidades de construção da opinião pública pelo artifício da imagem foram aproveitadas por grupos comunicacionais no decorrer da história dos meios de comunicação. Alguns destes grupos empregaram tais técnicas com ética e compromisso com o bem estar coletivo. Outros, por sua vez, decidiram atender a pequenos interesses. Essas situações foram previstas por Walter Lippman (2010), responsável pela consolidação das ideias de opinião pública e jornalismo.

Porém, a possibilidade que oferecem as plataformas - e os algoritmos que são utilizados para consolidar comunidades - faz com que grupos envolvidos em diferentes perspectivas tendam a agrupar-se por sugestão das mesmas plataformas, denominadas "bolhas sociais". Deste modo, cria-se uma sensação de pertencimento majoritário que, em muitos casos, não é real. Quando observamos o cenário da construção pública do jornalismo brasileiro encontramos diversos exemplos negativos, seja na televisão, no rádio, nos jornais ou revistas.

Nesse sentido, este artigo apresenta um estudo sobre a narrativa imagética de publicações digitais de meios do Brasil e da Argentina sobre um importante momento da história brasileira recente: a abertura de processo de *impeachment* contra a ex-presidenta Dilma Rousseff e a votação do mesmo. Nas duas ocasiões observamos uma manipulação da opinião pública nos meios analisados. Espera-se, com o resultado da revista, um crescente

número de profissionais atentos ao poder da fotografia nos processos de construção da opinião pública. Esperamos, também, que tais processos sejam construídos a partir de um modelo ético já estabelecido pelo jornalismo no Brasil e que é muito mais fluente no jornalismo argentino, já que carece de códigos que a estabeleçam.

O estudo de caso em investigações sobre jornalismo

O jornalismo é conhecido como a profissão que informa a sociedade sobre suas realidades, ou que destaca uma realidade frente a acontecimentos. Walter Lippman (2010) discute sobre o papel do jornalismo na opinião pública, destacando a importância do mesmo como suporte na construção de uma sociedade justa e conhecedora de si. Para o autor, o jornal, ao chegar ao seu leitor, é o produto final de uma série de procedimentos de opção para os quais não existem normas, mas certamente convenções (ou olhares) jornalísticas.

Entretanto, ao pensarmos no jornalismo, um tema é fundamental para entender a profissão, e isso está diretamente relacionado ao modo de fazer. Para tanto, o alemão Michael Kunczik (2002) define o jornalista como alguém que está envolvido com a formulação de conteúdo informativo para processos comunicacionais massivos, seja na reunião, na avaliação, na apuração, no processo ou na divulgação de notícias, comentários. Trata-se de uma profissão que tem sua expertise apoiada em um olhar específico, capaz de representar realidades.

Dessa forma, e levando em consideração as ideias de Lippman e Kunczik, podemos considerar que os olhares jornalísticos são a essência da profissão frente a outras atividades. O próprio Kunczik (2002, p. 15) aponta a definição simplista de que “o jornalismo é tratado como uma profissão de comunicação”. Para ele, esse olhar jornalístico é o que diferencia seu papel dos outros profissionais que adotam a comunicação como canal de profusão de seus conteúdos.

Ainda sobre um olhar específico frente a um cenário comum (e por metodologias e campos do conhecimento de igual simplicidade), Siebert, Schramm e Peterson (1956 *apud* KUNCZIK, 2002, p. 17) definiram em quatro teorias da imprensa algo muito simples, mas que reforça essa ideia. Segundo os autores, a imprensa sempre tira sua forma e seu colorido das estruturas sociais e políticas com as quais trabalha, ou seja, observa de maneira diferente o mundo ao seu redor. Isso faz com que uma metodologia fundamental do jornalismo seja, realmente, o olhar específico da produção.

Trata-se de um viés, de um enquadramento diferente dos sociólogos, antropólogos, psicólogos, filósofos e mesmo outros profissionais da comunicação, frente a um objeto comum: a sociedade.

O espanhol José Luis Dader também aponta para uma preocupação em redefinir o olhar jornalístico em uma discussão sobre jornalismo de investigação e de precisão. Segundo o autor,

[...] na busca de uma definição autenticamente englobante desta nova estratégia jornalística é preciso ampliar também a inadequada rigidez dos termos “quantitativo” ou “numérico” e “sociológico”. (DADER, 1997, p. 21).

Na mesma obra, o autor aponta diversas vezes o estudo de caso como um possível olhar amplo para o jornalista, relacionando, inclusive, o método, o fazer jornalístico, com as diversas metodologias adotadas pelas ciências duras, onde a adoção do estudo de caso é mais comum.

Nesse sentido, o jornalismo prefere a cobertura de casos e, através da casuística, gera narrações que permitem argumentar e, segundo Aníbal Ford, constituem uma “marca de nossa sociocultura” (1999, p. 246). Para compreender melhor os conceitos que utilizamos para o estudo proposto, compartilhamos com Ford a seguinte ideia:

Tomamos tanto el término caso, como el de casuística, en un sentido muy amplio. El caso como algo que sucede como algo a nivel individual o microsocia y que es expuesto mediante una estructura discursiva básicamente narrativa. La casuística como el conjunto de casos que más que agruparse para ejemplificar, problematizar o completar un corpus normativo específico, como sucede con la jurisprudencia o la teología y también con diversas ciencias, se agrupa o se muere de manera errátil en la agenda de los medios a partir de su valor como noticia. Su remisión a leyes o normas se da de manera parcial o aleatoria, y muchas veces es atrapado por la retórica narrativa. (FORD, 1999, p. 246)

Schoemaker, Vos e Reese (2009), por sua vez, apontam que o jornalismo pode ser pesquisado por diversos modelos metodológicos, e também pela mescla de vários modelos (entre eles o estudo de caso) para a obtenção de resultados sólidos. Segundo os autores:

Today, we understand gatekeeping to be a complex theory, and one that can be tested using a variety of methodological and statistical procedures. Many research methods have been used in gatekeeping studies: case studies (e.g., White, 1950), participant observation

(e.g., Gans, 1979), content analysis (e.g., Singer, 2001), surveys (e.g., Berkowitz, 1993), and experiments (e.g., Machill, Neuberger, Schweiger, & Wirth, 2004). Some studies use more than one method (e.g., Machill et al., 2006). Each method tackles a different aspect of gatekeeping. (SCHOEMAKER; VOS; REESE, 2009, p. 81)

A metodologia definida para este artigo está apoiada na metodologia de estudo de caso proposta por Robert Yin (2010), aliada à coleta de dados quantitativa/qualitativa. O conteúdo das matérias selecionadas em uma possível amostra deve ser analisado de forma descritiva, e discutido pela perspectiva do enquadramento, que para Entman (1994) significa selecionar aspectos de uma realidade percebida e destacá-los em um texto, promovendo uma interpretação de causa, uma definição particular do problema, uma avaliação moral ou até mesmo uma recomendação de tratamento para o item descrito. Esse autor volta a discutir o enquadramento em um estudo recente, quando propõe, juntamente com outros autores, que “[...] o enquadramento é um processo psicológico individual, mas também é um processo organizacional e do produto, e uma ferramenta de estratégia política.” (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 175), considerando o estudo de caso como uma metodologia eficaz para se compreender o enquadramento e seu contexto.

Alinhados à proposta do estudo de caso, Quandt e Singer (2009, p. 135) observam que, em estudos realizados para compreender o cenário em redações convergentes nos Estados Unidos, Singer adotou o método do estudo de caso para o desenvolvimento da pesquisa com resultados em profundidade.

Entende-se que o estudo de caso aliado à coleta quantitativa e qualitativa, e também ao enquadramento - elementos comuns às pesquisas em jornalismo -, possa contribuir para cumprir sua proposta. Porém, salientamos que essa proposta não exclui outras metodologias de trabalho, como a análise de conteúdo ou de discurso, também coerentes para este tipo de olhar. Apenas se sugere o estudo de caso como uma interessante possibilidade metodológica para desenvolver o saber jornalístico. Além disso, a casuística jornalística gera uma análise comparativa a partir das construções narrativas que surgem das coberturas de casos no jornalismo contemporâneo.

O primeiro passo após a definição do tema e delimitação do problema de pesquisa deve ser a escolha da metodologia e das técnicas para a coleta de dados. É pertinente ressaltar a importância deste passo ser dado antes do

desenvolvimento da pesquisa em si, uma vez que pensar em metodologias possíveis significa perceber quais procedimentos são necessários para atingir os objetivos propostos e responder às perguntas de partida do(a) pesquisador(a). Além disso, a definição da metodologia ajuda a organizar os passos da pesquisa, guiando o(a) pesquisador(a) na coleta dos dados relevantes, nunca se desligando das proposições teóricas que dão base ao estudo. Nesse contexto, a base textual que fundamenta nossa escolha metodológica é aquela desenvolvida por Robert Yin, um dos autores que melhor sistematizou a aplicação do método estudo de caso para as ciências sociais.

Em seu livro *Estudo de caso: planejamento e métodos* (reeditado pela 4ª vez em 2010), Yin proporciona ao leitor informações amplas, mas também detalhadas, sobre este método de pesquisa. Embora não tenha a pretensão de ser um manual (e sim um texto reflexivo e conceitual sobre o tema), *Estudo de caso: planejamento e métodos* descreve os procedimentos necessários para um estudo de caso e aponta os possíveis desafios que o pesquisador encontrará no caminho. Assim, serve como um guia para estudos deste escopo. Dentre os aspectos destacados pelo autor que são fundamentais para a elaboração de um caso jornalístico estão o desenvolvimento de um mapa de estudo, para auxiliar na montagem do projeto de pesquisa; o protocolo do estudo de caso e o relatório do estudo de caso.

Como método de pesquisa o estudo de caso pode ser usado em várias situações em que o pesquisador pretende conhecer a fundo fenômenos individuais ou coletivos, já que permite ao pesquisador captar características holísticas e significativas dos eventos da vida real. O método é originário das ciências biológicas, mas segundo Yin (2010) também pode ser utilizado com sucesso nas ciências sociais, especialmente quando se trata de uma investigação analítica e que tem como proposta a interpretação de um efeito social. Isso ocorre, normalmente, em estudos que envolvem o papel do jornalismo na construção da opinião pública ou os resultados alcançados pelo mesmo, o que justifica ainda mais o estudo de caso como opção metodológica.

Ao contrário de alguns cientistas sociais que acreditam que os estudos de caso são apropriados apenas para a fase exploratória da investigação (assumindo, desta forma, papel de ferramenta preliminar), Yin (2010) afirma que o método pode ser utilizado para três finalidades: exploratória, descritiva e explanatória. A escolha do estudo de caso em detrimento de outros métodos, no entanto, depende das perguntas que se pretende responder

com a pesquisa. Para o autor, as questões que mais conduzem os pesquisadores a optar pelo estudo de caso são aquelas que “[...] lidam com os vínculos operacionais que necessitam ser traçados ao longo do tempo, mais do que as meras frequências ou incidências.” (YIN, 2010, p. 30).

De acordo com Yin (2010), o estudo de caso é o método preferido para examinar aqueles eventos contemporâneos nos quais os comportamentos relevantes não podem ser manipulados. Assim como o método histórico, o estudo de caso é capaz de lidar com um amplo leque de evidências, mas vai além ao utilizar técnicas como a observação direta dos eventos e entrevistas com pessoas envolvidas como fontes de pesquisa. Como se pode ver, é um método que exige dedicação por parte do pesquisador. Além disso, percebemos uma relação direta entre o estudo de caso e o jornalismo, a partir do momento em que consideramos de fundamental importância para se compreender o jornalismo a adoção de um método historiográfico.

Outra fase importante apontada pelo autor no processo de elaboração do estudo de caso consiste em encontrar proposições teóricas que dêem base à pesquisa. Muitos pesquisadores são levados a acreditar que este tipo de método dispensa a teoria. Yin (2010) ressalta, no entanto, que este pensamento não poderia estar mais equivocado, considerando que a teoria fornece uma boa base de orientação para o estudo. O autor explica que a generalização dos resultados do estudo de caso ocorre justamente na elaboração de uma teoria apropriada, e este é um aspecto importante de salientar-se já que uma crítica recorrente aos estudos de caso é que eles fornecem pouca base para a generalização científica. Como problematiza o autor:

‘Como você pode generalizar a partir de um único caso?’ é uma questão frequentemente ouvida. A resposta não é simples (KENNEDY, 1976). No entanto, considere por um momento que a mesma questão tivesse sido feita sobre um experimento: “como você pode generalizar a partir de um único experimento?” Na realidade, os fatos científicos são raramente baseados em experimentos únicos; eles são geralmente baseados em um conjunto múltiplo de experimentos que replicaram os mesmos fenômenos sob condições diferentes. [...] O estudo de caso, como o experimento, não representa uma ‘amostragem’ e ao realizar o estudo de caso, sua meta será expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística). (YIN, 2010, p. 36).

Nessa passagem o autor deixa claro que o método é generalizável às proposições teóricas, e não às populações ou universos. Este é o ponto que justifica o uso do estudo de caso como uma forte opção metodológica em investigações de caráter social aplicado, como é o caso do jornalismo. Para fortalecer essa proposta tomamos como exemplo uma pesquisa desenvolvida por Sue Robinson (2007), que adota o estudo de caso para uma compreensão do acontecimento jornalístico sobre Jim West, um político acusado de pedofilia. Para o estudo de Robinson a utilização do estudo de caso demonstrou-se eficaz e reforça a justificativa apresentada por Yin para utilização do estudo de caso em pesquisa social, mesmo quando adotado em um único caso, como o fez Sue Robinson.

Os casos observados

Para analisar a construção midiática do *impeachment* de Dilma Rousseff através das fotografias utilizamos o método de análise de conteúdo. Para operacionalizá-lo nos detivemos nas versões digitais de quatro meios: dois casos do Brasil (*Folha de S.Paulo* e *O Globo*) e dois da Argentina (*Clarín* e *La Nación*). O período analisado se circunscreve no lapso compreendido entre 31 de dezembro de 2015 e 31 de agosto de 2016, data em que a presidenta Dilma foi destituída pelo Congresso Nacional.

A técnica que se utilizou para construir o *corpus* foi a de “bola de neve”. Uma vez conformado um universo de publicações nos quatro meios, foram selecionadas aquelas que estavam acompanhadas de fotografias. Finalmente, consideramos aquelas que dessem conta dos argumentos que cada um destes meios, com relação aos seus contratos de leitura (VERÓN, 1985) e suas linhas editoriais, construíram para formar uma opinião pública favorável à ideia do *impeachment*. As variáveis para a análise foram as de *impeachment*, jornalismo, cidadania e militância.

Dado que os quatro meios escolhidos são os que podem entender-se como de referência para a opinião pública em cada um de seus países, encontramos a iconografia que sustenta as notícias e a análise tende a apresentar uma Dilma culpável antes do julgamento e, no caso da imprensa argentina, relacionada com a possível culpabilidade de Cristina Kirchner nos casos que não são similares.

Numa primeira instância, as referências cruzadas à estigmatização de Dilma⁴ permitem realizar operações em que a ideia de corrupção se associa à

⁴ <https://www.clarin.com/mundo/dilma-ocaso-guerrillera-llego-presidenta_0_SJTqRPEi.html>.

violência (a guerrilheira que chegou à presidência) e, por uma operação metonímica, à toda forma de governo popular⁵.

A caracterização iconográfica da militância do Partido dos Trabalhadores (PT) é apresentada como violenta e minoritária. Diferente disso, os partidários do *impeachment*, em sua maioria cidadãos de classe média sem preferências partidárias, se apresentam como maiorias que lutam pela transparência e democracia no Brasil. De igual maneira, a construção de argumentos em favor da desconfiança com o PT leva a uma vinculação da cobertura do apoio ao ex-presidente Lula a Dilma, e a minimizar a ideia de golpe institucional.

Os textos que questionam as políticas associadas com o populismo são contrapostos com imagens de um povo que tem “Lula na mira” e correspondem às características de um republicanismo que pode apresentar-se estereotipado. Nos protestos contra Dilma, favoráveis ao *impeachment*, os manifestantes são muitos, brancos, portando a bandeira nacional. Constituídos como donos das categorias de honestidade, transparência e democracia, se narra os detratores do PT com fotos em que se manifestam grandes multidões. A “realidade” construída como totalidade não apresenta diversidade de nenhum tipo. Todos os cidadãos representados nos relatos condensados através da imagem querem o *impeachment* e, basicamente, a destituição da presidenta Dilma.

Quando se analisam as imagens que mostram os partidários de Dilma observa-se que os enquadramentos os recortam em pequenos grupos ou simplesmente sozinhos. A maioria não é formada por brancos e a maior parte das fotos que os mostram se associa à ideia de combate - munidos de bandeiras vermelhas e com os punhos no alto. Além disso, na maioria das vezes são associados com corrupção e violência.

Na imprensa argentina se encontraram imagens que fazem referências locais: Dilma com Cristina Kirchner e os deputados nacionais que colocam cartazes em suas bancadas contra o golpe institucional. Nas decisões de enquadramento aparece a ideia de edição, e é através dela que aparece o posicionamento dos meios e seu interesse corporativo de apresentar a realidade narrada, argumentada e explicada.

Como propõe Miguel Wiñazki (1995, p. 16), “[...] no gênero jornalístico não existem os conceitos sem imagem, próprios da pretensão de inteligibilidade da razão pura.”. Mas também é através da condensação que

⁵ <<https://www1.folha.uol.com.br/internacional/es/brasil/2016/01/1725610-el-pt-reprodujo-practicas-antiguas-y-se-engolosino-dice-jefe-de-ministros.shtml>>.

se simplifica o que é complexo e se facilita a compreensão de um universo complexo, restringidos pelos posicionamentos das alianças daqueles que publicam.

Considerações Finais

No material analisado o enquadramento das fotos parece associar a imagem de Dilma Rousseff aos conceitos de corrupção, populismo e degradação social. Além disso, a construção de uma cidadania sem partido, sem organização ou militância surge com força. Dessa ideia surge a construção de uma opinião pública dissociada da política, mas que exerce sua politicidade pedindo a renúncia da presidenta, os julgamentos de seus partidários e a formação de um bloco que termina com o populismo e a corrupção.

Nesses conceitos, em que se baseia a necessidade de transparência e uma organização que esteja longe de jogos democráticos, o argumento parece apoiar-se no fato de que a organização, a militância, a criação de políticas públicas, em que os cidadãos que estavam relutantes em começar a participar da organização da política, são todos atravessados pela corrupção.

Na imprensa argentina os argumentos não se referem apenas à necessidade de *impeachment* de Dilma Rousseff. Além disso, e por contiguidade ideológica e espacial - como é apresentado nas fotografias selecionadas - se as políticas desenvolvidas durante o kirchnerismo são semelhantes às do PT, Cristina Kirchner tem um tratamento similar.

Com o uso de ferramentas retóricas e técnicas fotográficas as mídias analisadas constroem suas posições e uma opinião pública que apoia medidas que são legais, embora não tenham legitimidade.

Essa legitimidade é condensada em bandeiras nacionais, multidões de cidadãos nas ruas e o pedido de interpelação. Em troca, o povo organizado, os partidários do presidente com seus distintivos e punhos erguidos, é mostrado sozinho ou em pequenos grupos, sem o apoio necessário para reverter a ação do congresso ou políticas que os devolvam à sua situação de exclusão.

Referências

CLARÍN. Disponível em: < <https://www.clarin.com/> >.

DADER, J. L. **Periodismo de precisión** – vía socioinformática de descubrir noticias. Madri: Sintesis, 1997.

- ENTMAN, R. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In*: LEVY, M.; GUREVITCH, M. (Ed.). **Defining media studies: reflections on the future of the field**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1994.
- ENTMAN, R.; MATTHES, J; PELLICANO, L.; Nature, Sources and Effects of New Framing. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009.
- FOLHA DE S. PAULO. Disponível em: <<https://www.folha.uol.com.br/>>.
- FORD, A. **La marca de la bestia**. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma, 1999.
- GROTH, O. **O Poder Cultural Desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul**. Manual de Comunicação. São Paulo: Edusp, 2002.
- LA NACIÓN. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/>>.
- LIPPMAN, W. **Public opinion**. New York: Greenbook Publications, 2010.
- O GLOBO. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/>>.
- QUANDT, T.; SINGER, J. B. Convergence and cross-platform content production. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009.
- ROBINSON, S. The Cyber-Newsroom: A case study of the journalistic paradigm in a news narrative's journey from a newspaper to cyberspace. *In*: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON ONLINE JOURNALISM, 2007, Austin.
- Anais eletrônicos...** Austin: [UTEXAS], 2007. Disponível em: <<https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Robinson.pdf>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- SCHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P.; REESE, S. D. Journalists and Gatekeepers. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. Nova Iorque: Routledge, 2009.
- VERÓN, E. El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. *In*: **Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications**. IREP: Paris, 1985.
- WIÑAZKI, M. El viaje de la escritura. El periodismo y el condicionamiento social. In WIÑAZKI, M y CAMPA. R. **Periodismo ficción y realidad**. Buenos Aires: Biblios, 1995. p. 8-57.
- YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

