



Agosto 2017 - ISSN: 1988-7833

## **JORNALISMO POLÍTICO INTERNACIONAL: QUESTÕES ÉTICAS E DE (IM)PARCIALIDADE NA COBERTURA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS AMERICANAS 2016 PELA IMPRENSA BRASILEIRA**

**Ivan Mateus de Oliveira Lauffer**<sup>1</sup>  
Jornalista

**Anelise Rublescki**<sup>2</sup>  
Profa. Adjunta da Universidade Feevale

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ivan Mateus de Oliveira Lauffer y Anelise Rublescki (2017): "Jornalismo político internacional: questões éticas e de (im)parcialidade na cobertura das eleições presidenciais americanas 2016 pela imprensa brasileira", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (julio-septiembre 2017). En línea:  
<http://www.eumed.net/rev/cccs/2017/03/jornalismo-politico-internacional.html>

**Resumo:** A função jornalística de transmitir informações e mediar a comunicação entre o público e seus representantes, autoridades, líderes ou poderes, segundo alegado pelos próprios veículos de mídia nacionais e pela academia, deve ser pautada pela ética e pela imparcialidade. Contudo, a prática jornalística evidencia que, nas editorias de jornalismo político e internacional, a situação é mais complexa do que o normatizado nos manuais de redação. Para dar materialidade à pesquisa, é investigada a cobertura midiática sobre as eleições presidenciais americanas de 2016, com a análise de notícias publicadas nos portais *G1*, *Exame* e *Estadão*. Metodologicamente, trata-se de um estudo técnico-empírico, desenvolvido por revisão de literatura e estudo de caso, com análise de conteúdo. O estudo evidencia que o jornalismo político internacional não é isento, nem neutro.

**Palavras-chave:** jornalismo político, jornalismo internacional, eleições americanas, política, *G1*, *Revista Exame*, *Estadão*.

### 1. Introdução

Nos estudos, discussões e críticas sobre modelos e definições ideais para a divulgação de notícias na imprensa, destacam-se as questões da ética e da imparcialidade como princípios basilares do Jornalismo. Conglomerados de mídia, geralmente constituídos por jornais impressos, rádios, portais de internet e emissoras de televisão, costumam enfatizar ao público e aos assinantes os seus princípios editoriais.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, p. 1) afirma em seu artigo segundo, respectivamente nos incisos I e II, que "a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas" e que "a produção e a divulgação

da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público”.

Nas redações, premissas basilares (ética, imparcialidade, veracidade, interesse público) se juntam às normas gramaticais e às recomendações de termos a serem usados ou evitados e são consolidadas no que a imprensa conhece por manuais de redação. Esses valores formam um conjunto de regras ou orientações que deve ser seguido pelos repórteres, jornalistas e editores da empresa de comunicação.

A missão e os valores dos veículos de mídia do Grupo Estado são apresentados no Código de Conduta e Ética (2015 p. 4), quando enfatiza entre seus princípios gerais que “busca, processa e difunde informação com rigorosa obediência às exigências profissionais e éticas” e está “intimamente vinculado aos interesses dos leitores, ouvintes, internautas e o público de outras mídias”.

A objetividade, porém, em certos casos, é um dos pontos mais controvertidos do jornalismo. Se o discurso de um deputado, governador, senador, prefeito ou presidente de autarquia for publicado na íntegra, a imprensa estará divulgando o pronunciamento exato e preciso do orador, sem qualquer distorção. Estaria o jornal sendo objetivo e imparcial, apenas com essa publicação? Não. Dentro do espaço e do tempo disponíveis e de preferência na mesma edição, teriam que ser publicadas as opiniões de pessoas que explicassem ou comentassem o discurso (ERBOLATO, 1991, p. 57).

As características de um jornalismo ético e imparcial, como defendem empresas e associações da área, revelam-se complexas de se realizar quando se constata a influência de uma variedade de particularidades e escolhas produtivas nos diversos momentos entre a cobertura do fato, a construção da matéria e a publicação da notícia. Percebe-se, na realidade, que a imparcialidade é dependente de uma série de fatores que dificultam a busca pelo jornalismo prometido.

O trabalho tem por objetivo discutir a ética e a imparcialidade no jornalismo político internacional. De cunho teórico-empírico, foi desenvolvido por revisão de literatura e estudo de caso, com análise de conteúdo, tendo como objetos de pesquisa 30 matérias publicadas no portal G1, na revista *Exame* e no jornal *Estadão* no período de 12 e 16 de outubro de 2016. Inicialmente apresentam-se as características do jornalismo internacional e do jornalismo político nas redações analisadas.

## 2. Jornalismo internacional e jornalismo político

Jornalistas recebem nas redações diversos e-mails e telefonemas sobre acontecimentos e eventos regionais ou nacionais. O próprio público do veículo de mídia faz parte do contexto político, cultural ou geográfico e pode ter algum conhecimento, convivência ou intimidade com a informação transmitida. Mas a editoria de jornalismo internacional possui uma rotina diferente, pois lida geralmente com assuntos que não estão diretamente ligados a conjuntura nacional, via informações recebidas de agências internacionais, embaixadas de governos estrangeiros, consulados, correspondentes ou enviados especiais.

Economicamente, o crescimento das possibilidades de transmissão de informações diminuiu os custos com equipes numerosas de correspondentes em outros países. Porém, como conclui Natali (2007, p. 57), “passou-se a exigir mais dos redatores das editorias internacionais”. Há também, com a chegada da Internet e do computador para as redações, a oportunidade para que o jornalista da editoria Internacional produza matérias, colete informações, junte-as e elabore um informativo completo.

Viana e Lima (2012) reforçam Natali (2007) ao registrar que a editoria Internacional tem preferência por conflitos, guerras, eleições, tragédias e epidemias. A cobertura desses eventos demanda uma atualização mais rápida de informações, contextualizações e explicações sobre o país onde ocorreram.

Os envios de correspondentes e enviados especiais às guerras europeias ocupavam lugares privilegiados nos periódicos. Os conflitos armados foram um motor do desenvolvimento profissional do correspondente e da evolução das técnicas de redação de crônicas do exterior (VIANA e LIMA, 2012, p. 9).

Entrevistar refugiados, migrantes ou autoridades de outros países, por exemplo, é uma dificuldade corrente inclusive para os próprios correspondentes ou enviados especiais. Há a necessidade de se conhecer uma “gama de informações” e “assuntos potencialmente abordáveis”, como aponta Aguiar (2008, p. 21). É neste contexto de relação do jornalismo internacional com discussões e debates sobre os dilemas e conflitos mundiais que se introduz a segunda parte do capítulo, na qual será analisada a dinâmica e a prática do jornalismo político.

A política, em termos gerais, pode ser compreendida como o conjunto de instituições que representam a administração pública de uma sociedade, de uma região ou de um determinado local.

Inicialmente, Cook (2011, p. 206) considera que o jornalismo é parte influente da política quando aponta a relação entre os portadores de informação e os repórteres. “A notícia é o resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas”. Assim como os políticos e autoridades necessitam da mídia para divulgar atos enquanto administradores públicos, também durante o desenvolvimento dos debates e campanhas eleitorais o papel da imprensa é determinante.

Lima (2004, p. 195) aponta que a mídia substituiu os próprios partidos políticos em atribuições como, por exemplo, “definir a agenda dos temas relevantes para a discussão na esfera pública”.

Acrescenta-se a esse movimento midiático o conceito de *Cenário de Representação da Política*, ou *CR-P*, apresentado por Lima (2004), no qual a delimitação do *imaginário social*, a influência na *representação de cenários* e a elaboração de símbolos, significados e valores políticos são consequências da atuação midiática. Segundo Lima (2004 p. 202), “um candidato em eleições nacionais e majoritárias dificilmente vencerá as eleições se não ajustar sua imagem pública ao CR-P dominante”.

Em outra linha, Derosa (2016, p. 22) enfatiza a influência midiática na política não apenas como controle ou representação do cenário, mas também no uso da comunicação como método de modificação ou transformação social. “Ao longo das últimas décadas, a função informativa dos jornais foi sendo progressivamente substituída pela função transformadora da sociedade”, afirma.

O resultado cultural e histórico dessa mudança foi a transferência dos critérios culturais para o campo da mídia, que passou a determinar as prioridades práticas do público, incluindo as do meio científico e acadêmico. Tudo isso aponta para uma situação de completa dependência midiática da sociedade, inclusive em seus parâmetros éticos, estéticos e administrativos, isto é, a geração de uma cultura hegemônica ditada e editada de modo periódico pelas notícias e entretenimento (DEROSA, 2016, p. 26).

Uma informação que poderia ser impactante é relegada a um espaço menor, enquanto uma manchete apelativa sobre um assunto corriqueiro ganha a capa do jornal. Carvalho (2013) ressalta a influência dessa prática no juízo das proporções, medidas e comparações da população:

Em toda sociedade há um determinado número de estudiosos que têm acesso a fontes diretas e não dependem da mídia popular para formar sua visão das coisas. Para a população em geral, no entanto, vigora uma espécie de movimento circular: a constância e o destaque com que os fatos são noticiados na mídia tornam-se o padrão de aferição para o julgamento dos fatos subsequentes divulgados pela

mesma mídia. Em suma: a mídia cria sua própria regra de credibilidade, não havendo, para o grosso da população, nenhum outro quadro de referência pelo qual essa credibilidade possa ser julgada (CARVALHO, 2013, p. 422).

Um jornalismo no qual os repórteres selecionam quais são e como serão transmitidas as informações pode ser caracterizado como um jornalismo politicamente atuante. Em relação à política, esse quadro apresenta o surgimento de um jornalismo reivindicativo, participante do debate público. Derosa (2016) chama esse processo de “jornalismo militante”.

Percebe-se que, por interesse de grupos e agentes políticos, deu-se início a preocupação com o fluxo de informações. A mídia passou a ser compreendida, estudada e usada como meio de persuasão. Dessa forma, a disputa nos pleitos eletivos torna-se planejada e os candidatos, em geral, precisam se adequar ao ambiente proposto. Assim, o jornalismo político, influenciado pelo parâmetro midiático geral e pelas organizações ideológico-partidárias, pauta o debate eleitoral e constrói o ambiente dentro do qual as discussões serão realizadas.

### 3. Estudo de caso

Para propor questionamentos acerca da ética e da (im)parcialidade jornalística no jornalismo político e internacional e aprofundar o debate sobre a isenção e a neutralidade no jornalismo, foi realizado um estudo de caso, a partir de análise sobre a cobertura da imprensa brasileira acerca das eleições americanas de 2016. Utilizando a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), o *corpus* de pesquisa era composto por notícias de três grandes veículos da mídia do Brasil, na sua versão online. Foram analisadas 10 postagens de cada veículo, no período correspondente aos dias 12 e 16 de outubro de 2016. O tema escolhido para exemplificar o questionamento foi a cobertura das eleições presidenciais americanas de 2016, divulgadas nos sites do jornal O Estadão, do Portal G1 e da revista Exame, respectivamente um jornal, um portal de notícias e uma revista.

Segue-se Bardin (1977) e defende-se que o ponto crucial na AC é a criação de categorias, como meio de avaliar materiais e resultados variados. As 10 categorias foram criadas a partir de um estudo-piloto, desenvolvido em agosto de 2016, como forma de classificar o material em temas ou categorias que auxiliem na compreensão do que está por trás dos discursos. São elas:

Imagens – O primeiro tópico avaliativo tem o intuito de analisar as ilustrações, figuras e fotos relacionadas aos candidatos ou ao pleito presidencial americano de 2016.

Vida pessoal – Esta categoria busca estudar a forma como foi divulgada e interpretada a vida pessoal de cada candidato, observando o enfoque das matérias e a maneira como são apresentados ao público.

Trajatória política – O intuito desta avaliação é estudar a apresentação de informações nas quais são apresentados registros e dados específicos à carreira política e o engajamento de cada concorrente.

Fontes – É a subdivisão que analisa as diferentes fontes utilizadas como referências para divulgação de informações e acontecimentos envolvendo cada candidato.

Estatísticas eleitorais – Este tópico observa a divulgação de pesquisas relacionadas à disputa eleitoral, bem como o foco direcionado a cada resultado.

Escândalos – Este item aborda a apresentação de reportagens acerca de escândalos envolvendo ambos os candidatos, no qual também se analisa a maneira como são expostos cada um dos casos.

Produção – Esta categoria marca as matérias que foram desenvolvidas pelo próprio portal investigado, seja por correspondentes ou coleta de informações direta em outros veículos.

Procedência – Nesta parte, aborda-se a veracidade das informações divulgadas, como foram destacadas e investigadas pelos veículos midiáticos em questão.

Propostas – Esta categoria avalia as matérias relacionadas às propostas de cada candidato. Observa-se também a inserção de possíveis julgamentos positivos ou negativos e críticas referentes a cada posicionamento.

Título – A última categoria observa a relação dos títulos escolhidos para cada matéria e sua coerência com o texto subsequente.

Salienta-se que as categorias foram dispostas aleatoriamente, sem ordem sobre critérios de importância. Tanto o Portal G1 quanto a revista Exame já possuíam páginas específicas para o tema, enquanto o portal do jornal O Estadão reservava o espaço da editoria internacional para divulgar as informações. Desta forma, foi utilizada uma filtragem na busca do Estadão, com as tags “eua”, “eleições”, “eleições americanas” e “estados unidos”. O próprio filtro estava disponível na página do jornal.

Mesmo com o filtro, matérias sobre outros temas também foram relacionadas. Desta forma, considerou-se necessário excluir da análise postagens que não tivessem alguma relação com as eleições americanas, como opiniões de blogs<sup>3</sup>, matérias referentes a outras notícias políticas internacionais<sup>4</sup> e reportagens exclusivas sobre o atual governo americano<sup>5</sup>.

Também foi excluído da pesquisa um teste alusivo aos candidatos Donald Trump e Hillary Clinton, por não se tratar exatamente de uma matéria, reportagem ou entrevista, que, da forma como é apresentado está fora do escopo da pesquisa<sup>6</sup>.

Todas as matérias foram reproduzidas no Trabalho de Conclusão de Curso e, ao lado, apresenta-se a análise. Como exemplo:

Quadro 1 – exemplo de matérias analisadas

Veículo/Matéria	Trechos jornalísticos	Análise
Portal Exame/Matéria 3	Durante um comício em Portsmouth, New Hampshire, Trump zombou de Hillary por ela estar se preparando para o próximo encontro entre os candidatos e sugeriu que ela pudesse estar sob efeito de alguma droga para melhorar o desempenho durante o último debate. “Eu acho que ela está realmente tomando alguma coisa” enquanto se prepara.	O texto não apresenta o contexto do discurso. Há apenas uma frase curta de Trump, enquanto o restante das informações é interpretação de responsabilidade do veículo e da sua fonte. Pode ser questionado se o candidato não se referia a alguma situação específica da eleição ou dos debates. O teor do texto sugere gravidade na acusação, alçando Trump a condição de caluniador.
Portal Exame/Matéria 4	As declarações polêmicas de Donald Trump não estão arranhando apenas a sua candidatura para a presidência dos Estados Unidos. (...) A propriedade, fundada por Trump há 26 anos, está hoje nas mãos de Carl Icahn, que afirmou à AFP que já perdeu mais de US\$ 100 milhões nos últimos 18 meses. Entre os motivos, está uma greve dos funcionários que já dura meses.	Não há reprodução de nenhuma declaração supostamente polêmica do candidato. A definição é própria do veículo. Além disso, como saber se são as declarações que estão prejudicando seus negócios? Ao final, a matéria cita uma empresa que atualmente não pertence mais a Trump. Isso demonstra que a publicação usa da incoerência para tentar prejudicar a imagem do candidato.
Portal Estadão/Matéria	Hillary usa declarações de rival par atrair voto de republicanos	O principal questionamento a se fazer é: quais declarações? A matéria

13	<p>moderados (...)</p> <p>Com ampla vantagem no eleitorado feminino, a democrata Hillary Clinton está usando o tratamento de seu adversário em relação às mulheres para tentar conquistar o voto de homens republicanos moderados.</p>	<p>inteira foi redigida sob o teor das supostas afirmações de Trump, mas em nenhum momento essas frases ou discursos são reproduzidos no texto. Isto demonstra uma incoerência do título com o restante da matéria, que reflete uma imagem de má índole no candidato republicano e trata a democrata como a representante das mulheres.</p>
Portal G1/Matéria 25	<p>Todas as acusações foram feitas depois de o jornal The Washington Post divulgar um vídeo de 2005 em que Trump descreve como ele tentou seduzir uma mulher casada e expressou vulgarmente como a sua fama o permitia beijar e acariciar mulheres sem a permissão delas.</p> <p>As acusações esconderam o que seria uma semana difícil para Hillary. O email de seu gerente de campanha foi aparentemente invadido e milhares de mensagens foram divulgadas pelo site Wikileaks.</p>	<p>O trecho apresenta as acusações envolvendo Trump, mas não mostra qual seria o conteúdo dos e-mails divulgados no WikiLeaks. A diferença de tratamento demonstra o viés pró-democrata do veículo. Enquanto o caso envolvendo o republicano é divulgado mesmo contendo apenas acusações, as investigações sobre Hillary Clinton são mencionadas brevemente, sem mais informações.</p>

Fonte: Elaboração dos autores

#### 4. Análise dos Resultados

Imagens, fontes, procedência, títulos, referências a propostas e menções a trajetória política dos candidatos foram observados, com intuito de compreender se a montagem e o estilo de apresentação das matérias influenciam a favor ou contra algum dos concorrentes e representam alguma contrariedade aos princípios da ética e da imparcialidade.

Apenas uma matéria não traz imagens ou ilustrações. A notícia foi divulgada pelo Estadão, no dia 16 de outubro de 2016, sob o título “Em novos e-mails vazados, Hillary Clinton mostra boa relação com o setor financeiro”. O texto apresenta informações sobre mensagens envolvendo a candidata Hillary Clinton e o banco Goldman Sachs. Os outros dois portais também reproduziram matérias sobre o mesmo assunto. Na comparação entre as manchetes, salienta-se que o Estadão também foi o único a não mencionar o nome da instituição financeira, deixando a referência apenas para o texto.

Destaca-se que, sobre a mesma notícia, nos três portais, não há o teor completo dos e-mails divulgados, nem sequer imagens exibindo exatamente o que foi informado pelo site citado como fonte. A reprodução dos conteúdos vazados pelo WikiLeaks foi minimizada. Indaga-se o que impediu os portais de redirecionar os leitores à informação direta. A fonte primária deixa de ser prioridade e a editoria perde a oportunidade de ampliar a notícia.

A pesquisa anota ainda sete postagens relacionadas à vida pessoal dos candidatos. Cinco matérias fazem menção a Donald Trump, sendo que quatro delas correspondem a acusações e a outra remete a uma divergência com o candidato a vice-presidente do seu próprio partido, Mike Pence. Considera-se que matérias citando carreira profissional, questões de saúde ou alegações não relacionadas ao âmbito político também figuram nesta categoria. Esse é o caso das duas matérias que tratam sobre Trump e os seus negócios como empresário. Nesta última, no portal Estadão, há uma série de seis imagens ao final da postagem, apresentando a história do republicano.

Ainda na categoria sobre vida pessoal, é necessário enfatizar a reportagem do portal Estadão no espaço intitulado “E+”, que consta como uma das dez últimas notícias relacionadas às eleições americanas divulgadas pelo veículo no período de investigação. “Ralph Lauren será o estilista oficial de Hillary Clinton?” foi reproduzida pelo *The New York Times* e compartilhada pelo portal brasileiro na data de 12 de outubro. De todas as matérias investigadas, esta é a única que não trata sobre questões próprias da política eleitoral ou acusações e escândalos. Ao observar as notícias relacionadas da postagem, no box “leia também”, percebe-se que pelo menos outras duas reportagens de mesmo teor foram divulgadas no portal: a primeira se referindo à esposa de Donald Trump e a segunda citando novamente a candidata Hillary Clinton. No caso desta última, a manchete informa apoio do “mundo da moda” à democrata, enquanto a outra anuncia uma polêmica relacionada ao vestido da mulher do candidato republicano.

Ao longo da pesquisa, constataram-se sete notícias relacionadas a estatísticas, sendo que apenas um desses registros não se refere a pesquisas eleitorais. Trata-se da matéria divulgada no portal Exame, que diz respeito às expectativas dos eleitores quanto ao pleito. O título alega que “americanos estão enlouquecendo” e durante o texto há referências a “preocupação” dos eleitores quanto à eleição. Ao final, há declarações relacionadas a Donald Trump, comparando-o com outro político da história americana. Percebe-se a vinculação do candidato republicano com uma suposta “ansiedade” ou agitação incomum da população em torno destas eleições.

De acordo com este último caso, remete-se ao conceito de Cenário de Representação Política (CR-P), apresentado por Lima (2004), onde se compreende que a mídia constrói ambientes sociais e políticos nos quais os personagens envolvidos dificilmente conseguirão vencer disputas eleitorais se não estiverem alinhados ao cenário dominante.

Esta análise constata também que, na produção de matérias nas quais a busca pelas fontes e a investigação das informações foi responsabilidade apenas do próprio veículo de mídia pesquisado, os portais deram enfoque positivo a candidata Hillary Clinton e negativo a Donald Trump.

Salienta-se que apenas uma única matéria fez referência a alguma proposta política. Na notícia intitulada “Trump perde apoio entre republicanos por reforma migratória”, o texto apresenta o posicionamento do candidato acerca do tema e transcreve declarações de políticos republicanos que são contrários a opinião de Donald Trump. Durante a pesquisa verificou-se que as notícias relacionadas, que aparecem ao lado ou abaixo do texto principal, também apresentam um teor favorável a candidata do Partido Democrata.

Os resultados denotam que a imprensa brasileira, ao tomar como exemplo os veículos escolhidos para esta pesquisa, não estão em conformidade com os preceitos da neutralidade e da isenção. O objetivo geral da pesquisa - discutir os princípios jornalísticos de ética e de imparcialidade - evidenciou que o jornalismo político internacional, na prática, não demonstra imparcialidade. Circunstância esta que coloca em questionamento o próprio conceito de ética defendido nos códigos de conduta e manuais de jornalismo.

## 5. Considerações finais

De acordo com a proposta deste estudo, contatou-se que a cobertura política internacional, por parte dos veículos midiáticos brasileiros, não é eficaz e passa por necessidade de desenvolvimento na produção e apuração de informações.

Inicialmente, um dos objetivos específicos da pesquisa era propor questionamentos acerca da ética e da imparcialidade jornalística, baseada também em termos como isenção e neutralidade. Verificou-se o descumprimento desses valores e se questiona se tais princípios normativos estão mesmo dentro das possibilidades práticas do jornalismo.

Em um segundo momento, buscou-se mapear os preceitos basilares do jornalismo político e internacional, de acordo com suas peculiaridades. Foi percebida a ausência de um jornalismo internacional independente por parte dos veículos brasileiros, principalmente ao

constatar que ainda há um predomínio de matérias produzidas por agências internacionais ou mídias estrangeiras, mesmo quando as possibilidades atuais de busca pela informação estão facilitadas pela expansão tecnológica.

Como último objetivo, se propôs aprofundar o debate sobre a ética e a imparcialidade no jornalismo, a partir de uma análise sobre a cobertura da imprensa brasileira acerca das eleições americanas de 2016, via Estudo de Caso. O posterior exame dos resultados concluiu que a cobertura política internacional por parte dos portais *G1*, *Exame* e *Estadão* apresentou enfoque em acusações contra o candidato Donald Trump e ausência de links remissivos a conteúdo relacionados à candidata Hillary Clinton, comprovando a parcialidade jornalística dos veículos. Acrescenta-se que houve ainda uma ausência de matérias relacionadas às trajetórias e às propostas políticas.

Conclui-se o trabalho ao destacar que os objetivos foram atingidos e a hipótese de que a mídia, neste caso, não é imparcial, isenta e neutra, foi demonstrada. O material analisado exhibe, na sua totalidade, um problema amplo, o qual não pode ser avaliado apenas como uma tomada de posição midiática exercida de modo público e admitido. Pretende-se, por fim, dar vazão a futuras abordagens e discussões acerca da temática sobre valores, condutas e preceitos jornalísticos alegados em manuais, mas não concretizados na prática.

#### Referências

AGUIAR, Pedro. Jornalismo internacional em redes. **Cadernos da Comunicação Série Estudos**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008.

BARDIN L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Neto e Augusto Pinheiro. Paris: Presses Universitaires de France, 1977.

CARVALHO, Olavo de. **O Mínimo Que Você Precisa Saber Para Não Ser Um Idiota**. 3ª edição. Rio de Janeiro, Editora Record, 2013.

COOK, Timothy E. Jornalismo Político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 6, 2011. p. 203-247.

DEROSA, Cristian. **A transformação social**: Como a mídia de massa se tornou uma máquina de propaganda. Estudos Nacionais, 2016.

ERBOLATO Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1991.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Espírito Santo: 2007. Disponível em <<http://www.jornalistas-rs.org.br/index.php/2013-11-21-15-16-28/comissao-estadual-de-etica/codigo-de-etica-dos-jornalistas.html>>. Acesso em 20 jun 2016.

GRUPO ESTADO. **Site institucional**. Código de Conduta e Ética. São Paulo: 2015. Disponível em <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>>. Acesso em 26 out 2016.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2007.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

VIANA, Bruno César Brito; LIMA, Maria Érica de Oliveira. Além das fronteiras: Uma breve reflexão sobre a trajetória do Jornalismo Internacional. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. **Anais...** Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012.

---

<sup>1</sup> Jornalista. Repórter na rádio ABC. IvanMateus@msn.com

<sup>2</sup> Jornalista. Mestre (UFRJ) e doutora (UFRGS) em Comunicação e Informação. Pós-doutora em Comunicação midiática (UFSM). Docente nos cursos de Comunicação Social e no Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Feevale. Assessora de imprensa na Fundação de Economia e Estatística. aneliserublescki@hotmail.com

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://opinio.estadao.com.br/noticias/geral,democracia-e-populismo,10000082405>> e <http://opinio.estadao.com.br/noticias/geral,forum-dos-leitores,10000082421>>

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,monarca-com-mais-longo-reinado-do-mundo-rei-da-tailandia-morre-aos-88-anos,10000081956>>

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,o-legado-de-obama,10000082437>>

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/blogs/eua-2016/voce-e-mais-hillary-clinton-ou-donald-trump/>>