

Estereotipização e discurso fotojornalístico nos diários portugueses de referência: Os casos do *Diário de Notícias* e *Público*

Jorge Pedro Sousa
Universidade Fernando Pessoa

Índice

1	Introdução	1
2	Metodologia	4
3	Resultados e discussão	6
4	Conclusões	12
5	Bibliografia	13

Resumo

Partindo da ideia de que os estereótipos podem ser acentuados visualmente, este trabalho, baseado numa pesquisa similar conduzida por Rodgers e Thorson (2000), teve por objectivo verificar se o discurso fotojornalístico dos jornais diários portugueses de qualidade -*Público* e *Diário de Notícias*- cai na estereotipização de pessoas e até que ponto o faz. Metodologicamente, a pesquisa baseou-se numa análise de conteúdo quantitativa de uma amostra de jornais publicados em 2002. Entre os principais resultados observados avulta a ideia de que há uma certa estereotipização discursiva no que respeita à idade, ao sexo e à etnicidade (“raça”).

Palavras-chave: Fotojornalismo; estereótipos; jornais de referência.

1 Introdução

Os estereótipos visuais podem ser descritos como imagens que contribuem para associar pessoas a ideias simplistas e pré-concebidas sobre a idade, a nacionalidade, a etnia, a proveniência geográfica, o sexo, a orientação sexual, o estatuto

económico, as deficiências físicas e mentais, etc. Essa associação algumas vezes é verdadeira, mas muitas vezes é infundada e falsa, contribuindo para a dissociação entre uma realidade e as cognições pessoais e sociais sobre essa realidade.

Com base nesse enquadramento, o presente trabalho tem por objectivo avaliar se o discurso fotojornalístico dos diários portugueses de referência -*Público* e *Diário de Notícias*- cai na estereotipização de pessoas em função da idade, do sexo e da etnia e até que ponto hipoteticamente o faz.

Escolheram-se as fotografias jornalísticas publicadas no DN e no *Público* como objecto da pesquisa por dois motivos:

- O *Diário de Notícias* e o *Público* são normalmente considerados os dois diários de qualidade em Portugal, servindo de referência e mesmo de fonte aos restantes órgãos jornalísticos (e não só);
- Segundo Lester (1995: 103), as fotografias concorrem para o fortalecimento dos estereótipos porque perduram na mente e podem emocionar mais do que as palavras. Quando os estereótipos visuais são repetidos vezes suficientes, nomeadamente através da imprensa, tornam-se parte de uma cultura (Lester, 1995: 104), passando, portanto, a regular a mundividência e a mundivivência dos grupos sociais integrados nessa cultura, durante um determinado período histórico.

Infere-se das palavras de Lester que, devido ao seu grau de difusão e impacto, as fotografias jornalísticas, disseminadas através da imprensa, podem ter um papel relevante na fixação de estereótipos. O seu conteúdo é pelo menos tão importante quanto os conteúdos textuais que com elas casam, o que as torna importantes objectos de estudo. Inclusivamente, várias pesquisas, além da de Lester, permitem validar essa ideia.

As fotografias podem desviar a atenção do texto e condicionar a interpretação das mensagens ao mobilizarem a atenção para elas mesmas (Culbertson, 1974). No mesmo sentido, Dyck e Coldevin (1992), Tucker e Dempsey (1991), Woodburn (1947), Miller (1975), Blackwood (1983) e Garcia, Stark e Miller (1991) explicam que as fotografias jornalísticas atraem mais a atenção do que o texto e que podem ser percebidas mesmo quando o texto acompanhante não é lido ou é pouco lido. Por vezes, os leitores obtêm as suas primeiras impressões de uma história olhando para as fotografias (Woodburn, 1947; Miller, 1975; Blackwood, 1983; Garcia, Stark e Miller, 1991). Além disso, as fotografias jornalísticas enriquecem os enunciados verbais (Fleming e Levie, 1978) e contribuem para a construção de significados sobre pessoas e acontecimentos (Matthews e Reuss, 1985), tanto assim que alguns leitores reclamam contra as fotografias que consideram inapropriadas ou mal usadas em determinadas histórias (Gordon e Lubrano,

1995; Mesquita, 1998: 148-151; Wemans, 1999: 131-148). A isto acresce que, se muito do texto que acompanha as fotografias não é processado pelos leitores (Garcia, Stark e Miller, 1991), é lícito e razoável assumir que as fotografias podem ser uma das principais representações que alguns observadores têm dos acontecimentos. Tanto assim é que as fotografias jornalísticas chegam a provocar efeitos de agenda-setting (Wanta, 1988).

As fotografias contribuem para o enquadramento de uma história, proporcionando maior compreensão desta última, e ajudam a manter o interesse de um leitor (Miller, 1975). Tubergen e Mashman (1974), por exemplo, demonstraram que a natureza de uma fotografia pode influenciar as atitudes de um observador face aos seres representados nas fotos. As pesquisas realizadas dão também crédito à ideia de que as palavras estão mais associadas à razão, enquanto as imagens estão mais associadas à emoção (Hirschman, 1986). Este dado confere às fotografias mais importância do que aparenta, porque, de acordo com as pesquisas de Damásio (1995), é a emoção que leva à acção, não a razão, falando-se já não apenas de um coeficiente de inteligência mas também de um coeficiente de emoção.

Regressando ao tema estrutural da pesquisa, é de realçar campo jornalístico não é imune à estereotipização das pessoas. Já em 1922 Walter Lippman, no livro *Public Opinion*, explicava que o discurso jornalístico impõe um hiato entre uma realidade e as percepções que temos dessa realidade, em grande medida devido àquilo que hoje em dia se classifica como estereótipos.

Face ao problema atrás descrito, a pesquisa empírica no campo jornalístico há cinco décadas que se preocupa com o estudo dos estereótipos visualmente propagados pela imprensa e pelos *media* em geral¹. Normalmente, esses estudos atentam na estereotipização sexual, etária e étnica (ou similar) e são baseados em análises de conteúdo (Rodgers e Thorson, 2000: 8), correspondendo, aliás, às solicitações de vários académicos (Jolliffe, 1993).



¹ Veja-se, por exemplo, a enumeração feita por Rodgers e Thorson (1999; 2000).

Fig. 1 - Esta fotografia pode considerar-se um exemplo de estereótipo visual, já que acentua ideias pré-concebidas sobre a terceira idade (abandono, cansaço, vulnerabilidade, fraqueza...). Original da Fototeca publicado na revista *Notícias Magazine* de 6 de Abril de 2003.

Em geral, os estudos sobre estereotipização fotojornalística na imprensa ocidental de referência apontam para uma sobre-exposição de adultos masculinos caucasianos, normalmente fotografados em situações benéficas para a sua imagem, nomeadamente enquanto agentes de poder; e para uma sub-exposição das mulheres, das crianças, dos idosos e dos não caucasianos, normalmente fotografados em situações desviantes (protestos, crimes, doenças...) ou em situações peculiares (os negros, por exemplo, são sobre-representados nas fotos de desporto; os idosos em histórias de interesse humano, etc.).²

2 Metodologia

Tendo em conta o contexto atrás desenhado, neste trabalho tentam-se testar três hipóteses (H) relacionadas com a representação fotojornalística das pessoas em função do sexo, da idade e da etnia, e responder a seis perguntas de investigação correlacionadas (RQ):

- **Sexo**

H1. Mais homens do que mulheres aparecerão nas fotografias.

RQ1. Qual a distribuição de homens e mulheres de acordo com as áreas temáticas dos jornais?

RQ2. Homens e mulheres tendem a ser representados “neutralmente” ou algum dos grupos tende a ser mais representado em situações negativas (como manifestantes, vítimas, doentes, etc.) ou positivas (como agentes de poder exercendo o poder, profissionais bem sucedidos, pessoas extraíndo alegria da vida, etc.)?

- **Idade**

H2. Os adultos (18/65 anos) aparecerão mais nas fotografias.

RQ3. Qual a distribuição dos grupos etários pelas áreas temáticas dos jornais?

RQ4. Os diferentes grupos etários tendem a ser representados “neutralmente” ou algum dos grupos tende a ser mais representado em situações negativas ou positivas?

² Todos os estudos sobre o tema mencionados na bibliografia chegam às conclusões explicitadas neste parágrafo.

- **Etnicidade**

H3. Os caucasianos aparecerão mais nas fotografias.

RQ5. Qual a distribuição dos grupos “étnicos” pelas áreas temáticas dos jornais?

RQ6. Os diferentes grupos “étnicos” tendem a ser representados “neutralmente” ou algum dos grupos tende a ser mais representado em situações negativas ou positivas?

Tendo em conta as hipóteses e as perguntas de investigação formuladas, adoptou-se a análise de conteúdo quantitativa com categorias definidas *a priori* como método de pesquisa, à semelhança de trabalhos realizados por outros autores (por exemplo: Blackwood, 1983; Rodgers e Thorson, 2000; Sousa, 1998).

Para essa análise, definiram-se como variáveis independentes as categorias jornal (DN ou *Público*) e as categorias editoria/secção (com denominações exactas ou aproximadas), tendo-se, no entanto, criado a opção “outros/vários assuntos” para albergar outras secções/editoriais (como *Media*) e secções esporádicas.

Entre as variáveis dependentes, definiram-se as categorias sexo, idade e “etnia” já utilizadas pertinentemente em estudos anteriores (Blackwood, 1983; Bramlett - Solomon e Wilson, 1989; Beaudoin e Thorson, 1999; Rodgers e Thorson, 1999; Rodgers e Thorson, 2000, etc.). As categorias *homem/mulher* e *criança/adulto/sénior* não oferecem dúvidas quanto à classificação dos actantes nas fotografias. As categorias *caucasianos/outros* podem oferecer dúvidas. Neste caso foram classificados como “caucasianos” todos aqueles que aparentemente tinham mais vincados os traços característicos da “raça” branca, em particular a cor da pele.

É de realçar, porém, que a classificação dos actantes nas fotografias pelas categorias de idade, sexo e “etnia” foi feita em função da *aparência* desses actantes, da informação eventualmente fornecida no texto e do conhecimento eventual dos codificadores sobre os actantes, o que pode ter gerado alguns erros de classificação por falta de informação.

Nesta pesquisa, assume-se que a fixação de estereótipos relativos à idade, ao sexo e à etnicidade pode ser observada através daquilo que Rodgers e Thorson (2000) denominam como “diferença de reconhecimento”, opção já seguida em trabalho anterior (Sousa, 1998). Em concreto, examinando-se a dispersão de um subgrupo (por exemplo, as mulheres) dentro de uma categoria (por exemplo, a política) pode-se avaliar se existe uma representação fotográfica proporcionada ou não e, portanto, se existe ou não uma simplificação de uma realidade susceptível de contribuir para a fixação de estereótipos.

Por vezes, tornou-se difícil categorizar os actantes segundo a negatividade, neutralidade ou positividade da respectiva representação fotográfica. Por exem-

plo, em determinadas situações os actantes apareciam em situações positivas mas o ângulo em que foram fotografados ou a sua postura tendiam a proporcionar sorrisos ou interrogações acrescidas ao leitor. Nestas circunstâncias, atendeu-se essencialmente ao contexto da situação para proceder às classificações e não à representação particular do sujeito. .Noutros casos, os actantes apareciam como triunfadores (por exemplo, militares), mas o “trunfo” tinha sido obtido à custa de destruição e morte, também visíveis nas fotos. Quando isto aconteceu, considerou-se que os aspectos positivos e negativos se equilibravam e optou-se por considerar a representação como tendencialmente neutra.

Uma vez que o objectivo da pesquisa foi encontrar as grandes constâncias de conteúdo e não o accidental, seleccionou-se para análise uma amostra estratificada de 21 números publicados em 2002 de cada um dos jornais estudados. Em concreto, seleccionou-se o número da primeira segunda-feira do ano, o número da terceira terça-feira e assim sucessivamente, até se perfazerem três semanas construídas.

As fotografias foram codificadas por quatro estudantes de graduação. A fiabilidade inter-codificadores foi aferida no início ($r = 0,92$) e a meio da pesquisa ($r = 0,94$), com uma amostra arbitrária de 20 fotografias, tendo sido atingida uma média de 0,93.

3 Resultados e discussão

Tendo em conta que a pesquisa se baseou numa análise de conteúdo (quantitativa), optou-se por apresentar os resultados sob a forma de tabelas, seguidas da respectiva discussão.

Realce-se que para todos os casos os resultados são estatisticamente significativos a um nível de significância de $p \leq 0,05$.

Tabela 1

Proporção de actantes adultos e seniores nas fotografias em função do sexo e tendências das suas representações (em percentagem)

<i>Diário de Notícias</i>						<i>Público</i>					
Homens			Mulheres			Homens			Mulheres		
69			31			76			24		
Pos.	Neu.	Neg.	Pos.	Neu.	Neg.	Pos.	Neu.	Neg.	Pos.	Neu.	Neg.
64	21	15	82	8	10	59	16	25	83	6	11

Legenda: Pos.–Positivo; Neu.–Neutro; Neg.–Negativo

Os dados expostos na tabela 1 demonstram a preponderância dos homens adultos e seniores no discurso fotojornalístico do *Público* e do *Diário de Notícias*, tal como todas as pesquisas anteriores deixavam antever, o que favorece a solidificação do estereótipo de que a “coisa pública” é assunto de homens.

Por outro lado, no discurso fotojornalístico de ambos os jornais não aparenta existir uma tendência para a negatividade em função do sexo. Pelo contrário, os conteúdos fotográficos tendem a acentuar uma visão positiva dos actantes de ambos os sexos. Todavia, neste contexto as mulheres são representadas mais positivamente do que os homens.

Tabela 2

Proporção de actantes nas fotografias em função da idade aparente e tendências das suas representações (em percentagem)

<i>Diário de Notícias</i>									<i>Público</i>								
Jovens			Adultos			Seniores			Jovens			Adultos			Seniores		
10			83			7			13			79			8		
+	N	-	+	N	-	+	N	-	+	N	-	+	N	-	+	N	-
65	10	25	76	15	9	49	3	48	72	6	22	71	14	15	41	9	50

Legenda: (+)–Positivo; (N)–Neutro; (-)–Negativo

Os adultos (18/65 anos) são o grupo hiper-dominante nas fotos em ambos os jornais, tal como seria de prever tendo em conta os resultados de estudos anteriores. Obviamente, os adultos constituem a maior parte da população e, por isso, proporcionalmente, era de esperar que fossem mais representados nas fotografias. Porém, essa sobre-exposição dos adultos pode favorecer a solidificação do estereótipo de que a “coisa pública” é unicamente coisa de adultos e só afecta adultos.

No discurso fotojornalístico de ambos os jornais não aparenta haver desvio para a negatividade em função da idade, excepto no que respeita à figuração dos cidadãos seniores. Os mais idosos tendem a ser fotografados em situações que exploram a sua debilidade, o seu abandono, etc., mesmo que por trás dessas representações estejam as mais nobres intenções jornalísticas. O fotojornalismo, desse ponto de vista, torna-se uma faca de dois gumes: é preciso mostrar as difíceis situações de vida dos idosos, mas a insistência num determinado tipo de figuração promove a consolidação do estereótipo do “idoso pobre e abandonado”, apesar de existirem idosos que mantêm vidas activas que fariam inveja a muitos jovens, são ricos e vivem rodeados do carinho dos seus entes queridos.

Os resultados da tabela 2 são consistentes com pesquisas anteriores (veja-se, por exemplo, Rodgers e Thorson, 2000: 10) onde se evidencia que os cidadãos seniores tendem a ser fotograficamente representados de forma mais negativa do que outros grupos etários.

Tabela 3

Proporção de actantes adultos e seniores nas fotografias em função da etnia e tendências das suas representações (em percentagem)

<i>Diário de Notícias</i>						<i>Público</i>					
Caucasianos			Outros			Caucasianos			Outros		
67			33			76			24		
+	N	-	+	N	-	+	N	-	+	N	-
63	14	23	71	16	13	70	9	21	72	11	17

Legenda: (+)–Positivo; (N)–Neutro; (-)–Negativo

Os caucasianos adultos e seniores tendem a ser sobre-representados nas fotografias, tal como indicavam quer os resultados de pesquisas anteriores quer a sua proporção na população. Essa sobre-exposição dos caucasianos pode favorecer a solidificação do estereótipo de que a “coisa pública” é unicamente coisa de caucasianos.

Todos os grupos étnicos tendem a ser representados mais positiva do que negativamente nas imagens fotográficas, com diferenças reduzidas entre caucasianos e não caucasianos.

Tabela 4

Sexo dos actantes adultos e seniores nas fotografias por tópico noticioso (em percentagem)

	<i>Diário de Notícias</i>		<i>Público</i>	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Política / administração*	20	11	21	13
Economia / negócios	14	6	12	9
Internaciona / estrangeiro	15	11	18	12
Sociedade	11	38	10	33
Desporto	23	4	21	5
Cultura e entretenimento	13	17	12	19
Outros / vários	4	13	6	9
TOTAL	100	100	100	100

*Local, nacional e internacional com repercussão nacional

Os dados da tabela 4 mostram que, em ambos os jornais, os homens adultos e seniores tendem a ser representados nas fotografias editadas em todas as secções e tópicos, enquanto as mulheres tendem a ser representadas essencialmente nas fotografias da editoria *sociedade*, em primeiro lugar, e da editoria *cultura e entretenimento*, em segundo lugar. Os hiatos de representação são mais evidentes nas editorias de *desporto* dos dois jornais, na editoria de *economia e negócios* do DN, e nas editorias de *internacional/estrangeiro* e *política/nacional*. A situação descrita pode favorecer a solidificação dos estereótipos de que o desporto, a política, os negócios e mesmo as relações internacionais são coisas de homens.

Tabela 5

Idade aparente dos actantes nas fotografias por t3pico noticioso (em percentagem)

	<i>Di3rio de Not3cias</i>			<i>P3blico</i>		
	Jovens	Adultos	Seniores	Jovens	Adultos	Seniores
Pol3tica / admi- nistra33o*	6	23	9	3	22	15
Economia / ne- g3cios	1	10	6	2	11	9
Internacional / estrangeiro	18	14	8	15	16	13
Sociedade	45	15	57	44	13	51
Desporto	8	18	4	11	12	3
Cultura e entre- tenimento	17	13	10	17	18	5
Outros / v3rios	5	7	6	8	8	4
TOTAL	100	100	100	100	100	100

*Local, nacional e internacional com repercuss3o nacional

Em ambos os jornais os adultos s3o o 3nico grupo et3rio bem representado nas diferentes categorias. Crian3as e seniores v3em a sua representa33o fotojornal3stica centrada nos assuntos inseridos na editoria *sociedade* (explora33o do interesse humano) de ambos os jornais, sendo tamb3m de destacar o n3vel da sua representa33o relativa na editoria de *cultura e entretenimento* e na editoria de *internacional/estrangeiro* de ambos os jornais. Tal como foi vincado anteriormente, esta situa33o pode contribuir para a solidifica33o do estere3tipo de que crian3as e seniores n3o s3o atingidos pela pol3tica, n3o t3m pr3tica desportiva, etc.

Tabela 6

Etnia dos actantes adultos e seniores nas fotografias por tópico noticioso (em percentagem)

	<i>Diário de Notícias</i>		<i>Público</i>	
	Caucasianos	Outros	Caucasianos	Outros
Política / administração*	22	4	20	8
Economia / negócios	13	3	12	7
Internacional / estrangeiro	16	29	14	25
Sociedade	12	16	16	14
Desporto	19	34	17	28
Cultura e entretenimento	14	9	14	11
Outros / vários	4	5	7	7
TOTAL	100	100	100	100

*Local, nacional e internacional com repercussão nacional

De maneira consistente com os resultados de pesquisas anteriores (ver bibliografia), os caucasianos adultos são representados mais equilibradamente nas diferentes editorias de ambos os jornais, enquanto outros grupos “étnicos” se centram nas editorias de *desporto* (por causa da elevada quantidade de atletas negros) e *internacional/estrangeiro* (por causa da atenção devotada aos países lusófonos e à situação no Médio Oriente). Existem diferenças relativas de representação bem evidentes nas editorias de *política* e de *economia e negócios* (em particular no caso do DN). O centralismo da representação das minorias étnicas em determinadas secções contribui para a solidificação de estereótipos, sejam eles positivos (“os negros são os melhores atletas”) sejam eles negativos (“política é coisa de brancos”, “política só afecta brancos”).

4 Conclusões

Os resultados obtidos permitem validar as três hipóteses levantadas. A exemplo dos resultados de pesquisas anteriores, também o discurso fotojornalístico nos dois diários portugueses de referência tende a privilegiar os homens adultos caucasianos, tendencialmente representados de forma positiva.

Verificou-se também que, de forma consistente com pesquisas anteriores, os homens, os adultos e os caucasianos tendem a ser equilibradamente representados nas fotografias inseridas nas páginas das várias editorias; pelo contrário, as mulheres, as crianças e os seniores e as minorias étnicas tendem a ver a sua representação fotojornalística centrada em editorias como a de *sociedade*, o que, conforme se disse, pode contribuir para a solidificação de estereótipos, sejam eles positivos ou negativos para esses grupos.

O comportamento similar dos dois jornais e o facto de os resultados da presente pesquisa se encaixarem nas conclusões de estudos anteriores sobre estereotipização no discurso fotojornalístico (ver bibliografia), evidenciam que este é um problema manifestamente transnacional. A tribo (foto)jornalística (Traquina, 2002) compartilhará, no ocidente, maneiras de ver e fazer –mais ou menos rotineiras– que aproximam as práticas jornalísticas. Investigação posterior poderá tentar validar esta hipótese.

5 Bibliografia

- BAXTER, W.; QUARLES, R. e KOSAK, H. (1978) - The effects of photographs and their size on reading and recall of news stories. *ERIC Document*, 159722.
- BEAUDOIN, C. E. e THORSON, E. (1999) - A distorted mirror on the world: International photos in the *Los Angeles Times*. Comunicação apresentada à International Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication (Agosto, EUA).
- BLACKWOOD, R. E. (1983) - The content of news photos: roles portrayed by men and women. *Journalism Quarterly*, 60 (4): 710-714.
- BOHLE, R. H. (1986) - Negativism as news predictor. *Journalism Quarterly*, 63 (3): 789-796.
- BRAMLETT-SOLOMON, S. e WILSON, V. (1989) - Images of the elderly in *Life* and *Ebony*. *Journalism Quarterly*, 66 (1): 185-188.
- CLICK, J. W. (1976) - Reader response to front page with four-color halftones. *Journalism Quarterly*, 53 (2).
- CULBERTSON, H. M. (1974) - Words vs. pictures: Perceived impact and connotative meaning. *Journalism Quarterly*, 51 (2): 226-237.
- DAMÁSIO, A. R. (1995) - *O Erro de Descartes. Emoção, Razão e Cérebro Humano*. Mem Martins: Publicações Europa-América.
- DEMAREST, J. e GARNER, J. (1992) - The representation of women's roles in women's magazines over the past 30 years. *The Journal of Psychology*, 126: 357-369.
- DICK, E. e COLDEVIN, G. (1992) - Using positive vs. negative photographs for Third World fund raising. *Journalism Quarterly*, 69 (3) : 572-579.
- DOTY, W. G. (Ed.) (1995) - *Picturing Cultural Values in Postmodern America*. Tuscalosa: University of Alabama Press.
- FLEMING, M. e LEVIS, H. (1978) - *Instructional Message Design: principles From the Behavioral Sciences*. New Jersey: Educational Technology Publications.
- FOSDICK, J. S. (1969) - Picture content and source in four daily newspapers. *Journalism Quarterly*, 46 (2).
- GARCIA, M. R.; STARK, P. e MILLER, E. (Eds.) (1991) - *Eyes On the News*. St. Petersburg: The Poynter Institute for Media Studies.
- GORDON, J. e LUBRANO, G. (1995) - readers take aim at photos. *News Photographer*, 50 (7): 4-6.

- HIRSCHMAN, E. C. (1986) - The effect of verbal and pictorial advertising stimuli on aesthetic, utilitarian, and familiarity perceptions. *Journal of Advertising*, 15 (2): 27-34.
- JOLLIFFE, L. (1993) - Yes! More content analysis. *newspaper Research journal*, 14 (3-4): 93-98.
- LESTER, P. (1995) - *Visual Communication. Images with Messages*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- LIPPMAN, W. (1922) - *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- MARTINDALE, C. (1990) - Coverage of black Americans in four major newspapers 1950-1989. *Newspaper Research Journal*, 11 (3): 96-112.
- MATTHEWS, M. L. e REUSS, C. (1985) - The minimal image of women in *Time* and *Newsweek*. Comunicação apresentada à Magazine Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication (Agosto, Memphis, EUA).
- MESQUITA, M. (1998) - *O Jornalismo em Análise. A Coluna do Provedor dos Leitores*. Coimbra: Minerva.
- MILLER, S. (1975) - The content of news photos: women's and men's roles. *Journalism Quarterly*, 52 (1): 70-75.
- PEASE, E. C. (1989) - Kerner plus 20: Minority news coverage in the *Columbus Dispatch*. *Newspaper Research Journal*, 10 (1): 17-38.
- RODGERS, S. (1999) - Have female stereotypes changed over time? A longitudinal analysis of women in magazine photos. Comunicação apresentada à Magazine Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication (Agosto, EUA).
- RODGERS, S. (1999) - Are women getting a bad rap? A photo analysis of age, ethnicity and overall favorability. Comunicação apresentada à Commission on the Status of Women Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication (Agosto, EUA).
- RODGERS, S. e THORSON, E. (1999) - The visual representation of individuals of different genders, ages, and ethnicities in the photographs of *Los Angeles Times*. Comunicação apresentada à Visual Communication Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication (Agosto, EUA).
- RODGERS, S. e THORSON, E. (2000) - "Fixing" stereotypes in news photos: a synergistic approach with the *Los Angeles Times*. *Visual Communication Quarterly*, 7 (3): 8-11.

- RODGERS, S.; THORSON, E. e ANTECOL, M. (2000) - "Reality" in the *St. Louis Post Dispatch*. *Newspaper Research Journal*, 21 (3): 51-68.
- RODGERS, S. e YOON, D. (1999) - (Under)Exposed! Images of Asians and Asian Americans in news photographs. Comunicação apresentada à Minorities and Communication Division durante o congresso anual da Association for Education in Journalism and mass Communication (Agosto, EUA).
- SANDERS, K. P. (1980) - Photojournalism research. In EDOM, C. C. (Ed.) (1980) - *Photojournalism: Principles and Practices*. Dubuque: C. Brown Co.
- SINGLETARY, M. e LAMB, C. (1984) - News values in award-winning photos. *Journalism Quarterly*, 61 (1): 104-108.
- SOUSA, J. P. (1998) - *Fotojornalismo Performativo. O Serviço de Fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. Porto: Editorial da Universidade Fernando Pessoa.
- STAMM, K. (1980) - How much do they read in the daily newspaper. *Journalism Quarterly*, 57 (3).
- SWANSON, C. E. (1955) - What they read in 130 newspapers. *Journalism Quarterly*, 32 (2): 411-421.
- THORSON, E. (1995) - The impact of Hillary photos on newspaper readers. *Visual Communication Quarterly*, 7.
- TRAQUINA, N. (2002) – *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- TUBERGEN, G. N. e MASHMAN, D. L. (1974) - Unflattering photos: How people respond. *Journalism Quarterly*, 51 (2): 317-319.
- TUCKER, S. A. e DEMPSEY, J. V. (1991) - Photo-interviewing: a tool for evaluating technological innovations. *Evaluation Review*, 15 (5): 639-654.
- WANTA, W. (1988) - The effects of dominant photographs: An agenda-setting experiment. *Journalism Quarterly*, 65 (1): 107-111.
- WEMANS, J. (1999) - *O Público em Público. As Colunas do Provedor do Leitor*. Coimbra: Minerva.
- WOLF, R. e GROTTA, G. L. (1985) - Images. A question of readership. *Newspaper Research Journal*, 6 (2): 30-36.
- WOODBURN, B. W. (1947) - Reader interest in newspaper pictures. *Journalism Quarterly*, 24.
- ZELIZER, B. (1995) - Journalism's "last" stand: Wirephoto and the discourse of resistance. *Journal of Communication*, 45 (2): 78-92.