

Entre o alerta e o alarde: credibilidade jornalística e recepção pública na cobertura sobre o Golpe do INSS¹

Thuany MENEZES²
Iluska COUTINHO³

Resumo

A cobertura jornalística de fraudes envolvendo o INSS, especialmente os descontos indevidos em benefícios de aposentados, revela disputas narrativas e escolhas editoriais que influenciam a percepção pública sobre justiça e responsabilização. Este artigo analisa três reportagens da TV Globo, veiculadas no *Jornal Nacional*, *Fantástico* e *GI*, a partir da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), com o objetivo de compreender os enquadramentos utilizados, os discursos legitimados e os efeitos de sentido produzidos. A análise busca contribuir com a reflexão sobre práticas jornalísticas mais éticas, conscientes e comprometidas com a defesa de direitos sociais.

Palavras-chave

Credibilidade jornalística; fraudes; enquadramento; legitimidade.

Introdução

Imagine descobrir, após anos de descontos quase imperceptíveis no contracheque, que parte do seu benefício previdenciário foi retirada sem sua autorização — e, pior, com a conivência de quem deveria zelar por seus direitos. Essa é a realidade enfrentada por milhares de aposentados e pensionistas brasileiros vítimas do chamado “golpe do INSS”, um esquema de fraudes revelado recentemente por investigações da Polícia Federal e da Controladoria-Geral da União (CGU). Associações e sindicatos, com o auxílio de servidores públicos, realizaram cadastros fraudulentos e passaram a descontar mensalmente valores dos benefícios, muitas vezes por meio da falsificação de assinaturas. Apesar das cobranças aparentemente pequenas — entre R\$30 e R\$50 —, o impacto acumulado é alarmante: estima-se que o prejuízo total possa ultrapassar R\$5,8 bilhões. Trata-se de um golpe silencioso, que se aproveita da baixa alfabetização digital, da dificuldade de acesso a plataformas como o *Meu INSS* e da vulnerabilidade social de quem depende inteiramente da previdência para sobreviver.

Diante da gravidade dos fatos, o modo como o jornalismo comunica esse tipo de fraude ganha ainda mais importância. Reportagens sobre casos como esse não apenas informam: elas moldam a forma como a sociedade enxerga o problema, pressiona por soluções, reconhece as

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: thuany.menezes@estudante.ufjf.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluska.coutinho@ufjf.br

vítimas e interpreta o papel das instituições. A cobertura jornalística, portanto, precisa ser não apenas precisa, mas também ética e sensível — especialmente quando os sujeitos envolvidos estão em situação de risco. Como observa Nelson Traquina (2005), o jornalismo é um mediador da realidade, responsável por selecionar, construir e dar sentido aos acontecimentos por meio de enquadramentos narrativos. Estes orientam a recepção pública, influenciam julgamentos morais e definem prioridades sociais. Assim, é necessário refletir sobre quais discursos estão sendo legitimados nas coberturas jornalísticas e de que maneira eles contribuem — ou não — para a conscientização coletiva e para a defesa de direitos.

Com base nesse contexto, este artigo propõe uma análise crítica da cobertura televisiva sobre o golpe do INSS, com foco na maneira como o conteúdo audiovisual é estruturado e comunicado ao público, a partir da lógica da dramaturgia do telejornalismo. Conforme analisa Coutinho (2012), essa dramaturgia compreende o uso de recursos narrativos e visuais que organizam a informação em uma lógica de encenação, incorporando ritmo, emoção, polarização e performance do apresentador como elementos estruturantes da notícia. Nesse sentido, a cobertura deixa de ser uma simples exposição factual e passa a integrar um processo comunicativo que busca engajamento, muitas vezes tensionando os limites entre informar e entreter.

O objetivo central do trabalho é compreender como essa narrativa jornalística, ao lidar com um tema sensível e complexo, pode impactar a percepção social sobre o caso, a confiança na imprensa e o senso de justiça. Busca-se, nesse percurso, identificar os principais enquadramentos utilizados pelas reportagens, verificar a presença de elementos sensacionalistas ou linguagem alarmista, compreender como as decisões editoriais influenciam a credibilidade da informação e refletir sobre a personalização da credibilidade como tendência emergente no jornalismo televisivo contemporâneo. Nesse processo, como observa Coutinho (2024), a credibilidade deixa de ser um atributo exclusivamente institucional e passa a ser incorporada de forma personalizada pelo jornalista que conduz a narrativa, construindo uma relação direta com o público baseada na empatia, na presença constante e na performance ética diante dos fatos. Essa individualização da autoridade jornalística, ainda que potencialize vínculos com a audiência, também impõe desafios éticos, especialmente quando envolve públicos vulneráveis e temas de grande impacto social.

Para alcançar tais objetivos, recorre-se à metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), desenvolvida a partir das pesquisas do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual

(NJA), coordenado pela professora Iluska Coutinho, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). A AMA parte do pressuposto de que os produtos jornalísticos televisivos são experiências multimodais e performáticas, em que imagem, som, texto, ritmo e presença articulam-se na construção de sentidos. Diferentemente das abordagens que privilegiam apenas o discurso verbal ou a análise textual clássica, essa metodologia propõe uma leitura integrada da linguagem audiovisual, valorizando os efeitos da edição, da sonoplastia, da cenografia, da gestualidade dos apresentadores e da encenação das emoções na constituição da notícia.

Trata-se de uma inovação importante para os estudos de comunicação porque permite compreender como o jornalismo constrói sua autoridade não apenas no que diz, mas no modo como diz. A materialidade audiovisual, nesse sentido, não é mero suporte, mas parte constitutiva da ética e da credibilidade jornalística. Ao trazer à tona esses elementos, a análise proposta torna-se capaz de revelar as operações discursivas que produzem legitimidade, proximidade, empatia e autoridade nos conteúdos midiáticos.

Desafios éticos: narrativas jornalísticas em tempos de fraudes e vulnerabilidades

A cobertura jornalística de fraudes e crimes contra instituições públicas impõe desafios éticos e teóricos significativos, sobretudo quando envolve públicos vulneráveis, como aposentados e pensionistas. Nesse contexto, a credibilidade do jornalismo se torna um ativo social essencial, articulando-se com sua responsabilidade pública de mediação, denúncia e esclarecimento. Mais do que informar, espera-se do jornalismo uma escuta ativa da sociedade e a capacidade de interpretar eventos com profundidade, conectando o fato imediato a estruturas e recorrências históricas. Segundo Christofolletti (2017), o jornalista é simultaneamente autor e mediador, e sua credibilidade não se sustenta apenas na precisão técnica, mas na capacidade de articular autonomia ética com sensibilidade social. Pereira (2021) complementa esse raciocínio ao apontar a ética comunicacional e a escuta do público como pilares para uma prática jornalística comprometida com o bem comum, especialmente em temáticas que envolvem desigualdades e fragilidade institucional.

Entretanto, a busca pela atenção do público em um ecossistema midiático saturado por estímulos também impulsiona a adoção de estratégias discursivas que podem comprometer essa credibilidade. O sensacionalismo, por exemplo, é definido como uma forma de cobertura que prioriza a dramaticidade, a emoção e o exagero, muitas vezes em detrimento da contextualização e da profundidade informativa (Amaral, 2007). Já a linguagem alarmista é caracterizada pelo uso

de expressões que intensificam o tom de urgência ou perigo de maneira desproporcional aos fatos, podendo gerar pânico moral ou reforçar estigmas sociais (Traquina, 2005). Esses recursos retóricos, embora eficazes para atrair audiência, representam riscos éticos relevantes, pois tendem a distorcer a recepção da notícia e a comprometer o papel formativo da imprensa.

Esses aspectos se articulam ao conceito de enquadramento (framing), entendido como o processo de seleção e organização das informações em uma narrativa coerente, capaz de influenciar a forma como o público compreende os acontecimentos. Para Entman (1993), o enquadramento consiste em definir problemas, diagnosticar causas, emitir julgamentos morais e sugerir soluções, sendo, portanto, um mecanismo central para a construção de sentidos sociais e para a formação da agenda pública.

É nesse cenário que se insere a cobertura do chamado "golpe do INSS", que, embora recente em termos de investigação e repercussão midiática, não constitui um episódio isolado. Desde os anos 1990, o Instituto Nacional do Seguro Social já foi alvo de diversos esquemas fraudulentos, como o caso dos "mortos-vivos" — em que benefícios continuavam sendo pagos a pessoas falecidas — e outras fraudes estruturadas em falsificação de documentos e concessões indevidas. Operações como Zeppelin (2009), Barbour (2018) e Caça ao Tesouro (2025) revelam um padrão persistente de vulnerabilidade institucional, marcado por falhas sistêmicas e ausência de fiscalização.

No caso da cobertura em torno do golpe do INSS tem-se como hipótese que os frames que enfatizam apenas o prejuízo financeiro e o elemento criminoso, por exemplo, podem ofuscar discussões sobre as causas estruturais e as responsabilidades institucionais envolvidas, limitando o debate público e a pressão por mudanças efetivas.

A cobertura do Golpe do INSS sob as lentes da Materialidade Audiovisual

A seleção do corpus deste estudo foi orientada pelo objetivo de compreender como a narrativa jornalística, ao lidar com um tema sensível e complexo, pode impactar a percepção social sobre o caso, a confiança na imprensa e o senso de justiça. Para isso, optou-se por analisar diferentes produtos jornalísticos de um mesmo grupo de mídia — a Rede Globo — com o intuito de explorar como os enquadramentos variam - ou não - entre plataformas e formatos distintos.

Como objeto empírico de estudo, foram selecionados três tipos de produtos jornalísticos: uma reportagem exibida no *Fantástico*, um dos principais programas investigativos da televisão aberta brasileira; uma reportagem do *Jornal Nacional*, telejornal diário de maior audiência no

país; e uma matéria publicada no portal G1, principal veículo digital do mesmo grupo. Essa combinação permite observar, de forma contrastiva, como a mesma organização jornalística aborda o caso do golpe do INSS a partir de tempos narrativos distintos (extenso, breve e multimodal), modos de linguagem diferenciados e recursos audiovisuais próprios de cada meio.

Para embasar a escolha das matérias analisadas, foi realizado um mapeamento das publicações sobre o caso nos meses de abril e maio de 2025. Identificaram-se 30 matérias veiculadas pelo *Jornal Nacional*, 2 reportagens exibidas no *Fantástico* e 69 publicações no G1. Diante desse levantamento, optou-se por selecionar uma matéria de cada veículo, considerando aspectos formais, narrativos e informativos relevantes.

A reportagem do *Fantástico* foi escolhida por ter sido a primeira do programa a abordar o tema, oferecendo uma contextualização ampla e detalhada sobre o golpe. Com recursos visuais, entrevistas e simulações, inaugura a cobertura do caso no formato dominical e permite analisar a construção de sentido em uma narrativa com forte apelo audiovisual e emocional. Já a matéria do *Jornal Nacional* representa uma síntese do caso com foco investigativo e institucional, destacando o papel de autoridades públicas e documentos oficiais. Sua seleção se deve à abordagem informativa que combina objetividade com denúncia, característica da lógica factual do telejornalismo diário.

Por fim, entre as dezenas de matérias publicadas no G1 — muitas com estrutura semelhante —, a escolhida se destacou por oferecer um conteúdo completo, com orientações práticas ao público, recursos multimídia e uma organização modular que potencializa a função pedagógica da cobertura. A reportagem exemplifica como o jornalismo digital pode atuar como instrumento de serviço e empoderamento informacional. Foram, assim, selecionados os seguintes conteúdos para análise: “Levantamento do JN mostra que, mesmo após denúncias, INSS autorizou sistemas paralelos para descontos em massa” (*Jornal Nacional*, 21 de maio); “PF descobre assinaturas falsas usadas na fraude do INSS” (*Fantástico*, 4 de maio); e “Fraude do INSS: como saber se fui vítima? Quando vou receber? Veja perguntas e respostas” (G1, 15 de maio).

A opção por analisar três veículos dentro do mesmo grupo de mídia permite um estudo mais controlado do ponto de vista editorial, mantendo constantes os compromissos institucionais e editoriais da empresa e concentrando a análise nas variações formais e narrativas. Isso evita ruídos comparativos entre veículos concorrentes e favorece uma investigação mais precisa sobre como o formato (e o suporte) afeta a construção da notícia e a experiência sensível do público.

A partir da metodologia adotada, foram desenvolvidos dois eixos de análise, sendo eles:

1. Estrutura ética e legitimação da informação (Eixo A): Quais atores ganham voz e legitimidade? A linguagem é neutra, alarmista, emocional ou institucional?; 2. Convocação do público (Eixo B): A cobertura posiciona o público como aliado das vítimas, como espectador neutro ou como mero receptor passivo? Há uso de estratégias de urgência, denúncia ou pedagogia?

As noções de urgência, denúncia e pedagogia referem-se às estratégias narrativas e discursivas mobilizadas pelas reportagens para construir sentidos e orientar a recepção. A urgência se manifesta, por exemplo, por meio de chamadas enfáticas, uso de tempos verbais no presente e recursos sonoros ou visuais que aceleram a percepção do risco, criando a sensação de que algo precisa ser feito imediatamente. A denúncia envolve a exposição de responsáveis ou instituições, muitas vezes associada a um tom acusatório, evidenciando injustiças ou omissões. Já a pedagogia está relacionada ao esforço da reportagem em explicar didaticamente os fatos, com uso de infográficos, entrevistas explicativas ou orientações diretas ao público, permitindo a compreensão do caso e formas de proteção.

Nesse processo, o público pode ser interpelado de diferentes formas: como sujeito ativo, quando é estimulado a reagir, refletir ou se mobilizar; como espectador neutro, quando apenas acompanha os fatos sem envolvimento direto; ou como receptor passivo, quando a narrativa o posiciona como mero consumidor da informação, sem abertura para diálogo, crítica ou ação. Essas classificações auxiliam na leitura crítica das intenções comunicativas presentes nas coberturas jornalísticas.

Após estabelecermos os eixos, realizou-se a análise, cujos principais resultados são apresentados a seguir.

Análise comparativa entre Jornal Nacional, Fantástico e G1

A partir da análise conjunta dos três produtos jornalísticos, é possível observar como o mesmo tema, a fraude nos descontos do INSS, é abordado de maneiras distintas, mas complementares. Cada formato explora diferentes estratégias e linguagens para informar, denunciar e orientar o público, refletindo as particularidades de seus suportes e os perfis das audiências a que se destinam.

No eixo da estrutura ética e da legitimação da informação, os três veículos mantêm uma postura de compromisso com a verdade e o interesse público, mas suas táticas diferem conforme

o formato e o público-alvo. O Jornal Nacional apresenta uma cobertura de caráter institucional e investigativo, centrada em documentos oficiais, depoimentos de autoridades, análises técnicas e denúncias fundamentadas. A linguagem é predominantemente neutra, com uso de termos técnicos, mas não exime uma postura crítica diante das falhas institucionais do INSS, revelando as brechas e flexibilizações que permitiram a continuidade dos descontos fraudulentos. O jornal privilegia a voz das instituições públicas, das associações, da Polícia Federal e da Controladoria-Geral da União, equilibrando o discurso para legitimar as informações apresentadas e fortalecer a confiança do público na reportagem. A ausência de sensacionalismo contribui para a construção de uma narração sólida, que reforça a seriedade do problema e o rigor da investigação jornalística.

Já o Fantástico adota uma estrutura híbrida entre o jornalismo investigativo e o formato narrativo de entretenimento. Neste produto, a materialidade audiovisual é mais explorada para construir uma narrativa que combina dados, depoimentos humanos e encenações. O uso de infográficos, imagens de análise forense, ambientações cenográficas e dramatizações da assinatura virtual funcionam como recursos visuais e sonoros que amplificam o impacto emocional da notícia. A linguagem mistura neutralidade com momentos de maior expressividade e ênfase, o que pode aproximar o espectador da realidade das vítimas, estimulando a empatia e a sensação de urgência. Embora o apelo visual seja forte, o Fantástico mantém uma preocupação ética ao apresentar a complexidade dos fatos e permitir múltiplas vozes, inclusive as que não responderam às tentativas de contato. Essa escolha reforça a credibilidade do produto e evita uma visão unilateral.

Por sua vez, o G1 apresenta uma cobertura digital multimodal e orientativa, cuja principal função é informar e instruir o público afetado — aposentados e pensionistas — sobre os procedimentos para identificar, contestar e solicitar ressarcimentos relativos à fraude. A linguagem é didática e acessível, com uso de vídeos explicativos, entrevistas, hiperlinks e textos segmentados para facilitar a navegação e o entendimento. No contexto da notícia selecionada, a legitimação da informação acontece pela presença direta do presidente do INSS, que responde perguntas frequentes, e pela exposição clara das etapas do processo de ressarcimento. O caráter pedagógico e utilitário dessa cobertura reforça o compromisso social do jornalismo, indo além da denúncia para efetivamente empoderar o público. A credibilidade, nesse caso, está associada à transparência, clareza e à disponibilização de canais para ação.

Quanto à forma como o público é convocado, as reportagens apresentam abordagens

diferenciadas, que refletem a lógica dos formatos e a relação esperada com o espectador ou leitor. O *Jornal Nacional* convoca o público a assumir uma postura de observador crítico e vigilante, enfatizando a dimensão institucional do problema e o papel da sociedade civil na fiscalização e denúncia. A cobertura sugere que o público pode exercer uma função ativa ao acompanhar as investigações, cobrar transparência e buscar seus direitos, mas o tom é mais formal e distanciado. Isso se alinha com o perfil do telejornal, que privilegia a atualização factual e a exposição dos problemas para o público geral, estimulando a reflexão e a responsabilização coletiva.

Por outro lado, o *Fantástico* estimula uma identificação emocional e empática do público com as vítimas e com o drama da fraude. A narrativa é construída para gerar um senso de urgência e indignação, usando depoimentos pessoais, imagens humanizadas e dramatizações para mobilizar a audiência. Essa convocação emocional pode potencializar a solidariedade e a pressão social por soluções, tornando o espectador parte do processo de denúncia e justiça, ainda que de forma indireta. A montagem audiovisual reforça a sensação de proximidade e envolvimento afetivo, o que pode ampliar o impacto da notícia.

Já o G1 dirige-se diretamente aos segurados do INSS, colocando-os como protagonistas e agentes ativos na defesa dos seus direitos. A convocação é clara e objetiva: o público é orientado a verificar seus benefícios, identificar irregularidades e utilizar os canais disponíveis para contestar descontos e solicitar ressarcimentos. A interatividade, o uso de ferramentas digitais e o formato modular da informação facilitam o engajamento, tornando o leitor/usuário um participante informado e empoderado. A cobertura reforça a função social do jornalismo como facilitador do acesso à justiça e proteção dos grupos vulneráveis.

Interseções entre estrutura ética e convocação do público

A intersecção entre os dois eixos analisados revela como as escolhas narrativas e estilísticas de cada veículo não apenas refletem seus formatos e públicos, mas também definem intencionalidades comunicativas específicas. Mais do que informar, os três produtos jornalísticos constroem modos distintos de implicar o público no enfrentamento da fraude nos descontos do INSS. A credibilidade das informações, nesse sentido, não se resume ao rigor técnico, mas se entrelaça com o tipo de relação simbólica que cada veículo estabelece com sua audiência. O *Jornal Nacional*, ao priorizar uma linguagem neutra e fontes oficiais, posiciona-se como mediador entre o fato e o espectador, convocando-o a uma postura analítica e institucional. Essa escolha ética sustenta uma convocação mais cívica e racional, que apela à coletividade e à

vigilância, mas mantém o indivíduo à margem do drama emocional.

Em contraste, o *Fantástico* adota uma ética híbrida que combina apuração rigorosa com recursos narrativos voltados à identificação afetiva. Ao dar rosto e voz às vítimas e dramatizar aspectos da fraude, constrói uma convocação visceral, que transforma o espectador em partícipe simbólico da injustiça. Essa estratégia, conforme analisa Rosana de Lima Soares (2011), provoca uma “sensibilização do espectador” e amplia o potencial de mobilização social por meio da empatia. Já o *GI* ocupa uma posição intermediária: embora mantenha o respaldo institucional das fontes, sua estrutura ética é orientada à ação imediata. A informação se torna credível não apenas pela imparcialidade, mas pela clareza e aplicabilidade, o que convoca o leitor como protagonista da própria defesa. A materialidade digital — interativa, fragmentada e modular — favorece esse engajamento ativo, em que o usuário deixa de ser apenas receptor e assume o papel de agente informado.

Essas articulações mostram que a construção da legitimidade está intrinsecamente ligada à forma como o público é posicionado. Isto reforça a ideia de Traquina (2005) de que o jornalismo não apenas relata fatos, mas desempenha papel ativo na construção da realidade e na orientação do comportamento social. No caso analisado, as escolhas éticas de cada veículo sustentam diferentes formas de convocação.

Considerações finais

Embora vinculados ao mesmo grupo de mídia, cada produto opera com suas próprias lógicas narrativas, éticas e afetivas, revelando a complexidade do discurso jornalístico contemporâneo.

Uma contribuição relevante deste trabalho é o apontamento de que, diante da fragmentação do ecossistema midiático e da proliferação de desinformação, o jornalismo precisa assumir não apenas a função de informar, mas também de educar. A forma como a credibilidade é construída — seja pela autoridade institucional, pela emoção ou pela usabilidade — pode impactar diretamente a capacidade do público de distinguir informação confiável de conteúdo enganoso. A personalização da credibilidade, ao tornar o vínculo com a notícia mais afetivo e individualizado, pode ampliar o engajamento, mas também gerar riscos: como o de se confiar apenas em conteúdos que “tocam” emocionalmente, ou de se desconsiderar informações que não se encaixam nessa lógica de identificação.

Além disso, a personalização da credibilidade abre novas frentes investigativas que podem aprofundar as discussões iniciadas neste trabalho. Pesquisas futuras podem explorar, por

exemplo, como diferentes plataformas modulam essa personalização — seja em vídeos no YouTube, posts no Instagram ou newsletters assinadas — e como isso afeta a percepção de confiabilidade e engajamento do público. Também seria relevante analisar de que forma essa figura do “jornalista-marca” atua no enfrentamento à desinformação, seja reforçando a confiança do público em conteúdos verificados, seja, paradoxalmente, suscitando disputas de autoridade com instituições tradicionais da imprensa. No contexto deste estudo, poderia-se investigar, em análises futuras, como os apresentadores e repórteres dos programas analisados encarnam essa personalização no conteúdo televisivo e multiplataforma, e como isso interfere na relação afetiva e cognitiva do público com as informações sobre golpes digitais. A personalização, assim, deixa de ser apenas um recurso estético ou de performance e passa a ser um vetor estruturante na mediação jornalística contemporânea, cujos efeitos merecem ser acompanhados com atenção crítica.

Por isso, pesquisas futuras podem se debruçar sobre os efeitos a longo prazo dessa personalização: em que medida ela fortalece ou fragiliza a confiança nas instituições jornalísticas? Como ela interfere na autonomia crítica do público? Além disso, o estudo reforça a necessidade de investigações que articulem jornalismo, desinformação e educação midiática, especialmente quando o público-alvo é vulnerável — como aposentados e pensionistas impactados por fraudes digitais. A reflexão sobre os enquadramentos, portanto, contribui não apenas para compreender estilos narrativos, mas para reposicionar o jornalismo enquanto agente de responsabilização social, fortalecimento democrático e enfrentamento da desinformação.

Referências bibliográficas

- AMARAL, R. C. *O sensacionalismo na imprensa brasileira*. São Paulo: Summus, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. *Ética no jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2017.
- COUTINHO, Iluska. *Credibilidade como valor personalizado no jornalismo*. Florianópolis, 2024.
- COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do Telejornalismo: a estrutura da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora MG*. Rio de Janeiro: Mauad-X, 2012.
- COUTINHO, Iluska. *Um público para chamar de seu: A construção da audiência no discurso do Jornal Nacional*. Anais do XIX Encontro da Compós. PUC Rio: Rio de Janeiro, 2010.
- CORREIO Braziliense. *Operação Zeppelin investiga fraudes no INSS*. Brasília: PF, 2009. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2009/10/15/internas_economia,148524/policia-federal-faz-operacao-para-desarticular-quadrilha-que-fraudava-inss.shtml. Acesso em 02/06/2025.
- POLÍCIA Federal. *PF deflagra Operação Caça ao Tesouro para combater fraudes contra o INSS*. Brasília: PF, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2025/03/pf-deflagra-operacao-caca-ao-tesouro-para-combater-fraudes-contra-o-inss>. Acesso em 02/06/2025.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Lisboa: Vega, 2005.
- SOARES, Rosana Lima. *Onde estão as margens do cinema brasileiro? Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires (UBA), v. 6, p. 81–94, 2011.