



Jornalismo: Significado e Construção Social

Brenda Tomáz Maranhão Xavier¹

Fabiana Amorim Amaral²

Orientadora: Carmen Carvalho³

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) – Vitória da Conquista

Resumo: O Jornalismo é uma forma de comunicação. Mas é superficial trazer apenas esse pressuposto para definir o Jornalismo. Partimos de conceitos provisórios para explicar o Jornalismo e vamos além deles para uma análise profunda. O presente trabalho pretende discutir as diversas concepções do Jornalismo e a sua construção social baseando-se em autores como Eduardo Meditsch, Adelmo Genro Filho, Mauro Wolf, Nelson Traquina, Miquel Alsina e Tobias Peucer, realizando uma revisão bibliográfica dos textos que foram estudados durante a disciplina de Teorias do Jornalismo. Marcamos o acontecimento como a matéria prima para a construção social da notícia e fazemos um percurso pelas formas de produção da notícia e os diversos fatores que se encontram presentes nesse processo. Reconhecemos, ademais, a complexidade que exige essa proposta e a necessidade do encontro entre prática jornalística e teoria.

Palavras-chave: Acontecimentos; Construção Social; Jornalismo; *Newsmaking*; Notícias.

1. Introdução

O Jornalismo é uma forma de comunicação, não há dúvida nenhuma disso. Mas é muito superficial trazer apenas esse pressuposto para definir o Jornalismo, uma vez que existem muitas outras formas de comunicação. Nesse sentido, Paulo Freire (1985 apud. MEDITSCH, 1997, p. 5) afirma que o saber não pode ser simplesmente transmitido, pois quando as informações são comunicadas com sucesso, elas são reconhecidas. Ainda na mesma linha de raciocínio: “A aprendizagem implica numa operação cognitiva, onde quem aprende tem um papel tão ativo quanto quem ensina” (FREIRE, 1985

¹ Aluna da V Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). E-mail: brendatomazxavier@gmail.com

² Aluna da V Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). E-mail: fabiana27amorim@gmail.com

³ Professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: ccarmencarvalho@gmail.com

apud. MEDITSCH, 1997, p. 5). Portanto, a comunicação está estreitamente ligada à cognição. Desta forma, pode-se afirmar que o Jornalismo é uma forma social de conhecimento, entretanto, em um mundo onde existem diversas formas de conhecimento, é necessário ir além desse raciocínio para a compreensão do “ser” Jornalismo.

O presente trabalho pretende, por meio de uma revisão bibliográfica dos textos estudados durante a disciplina “Teorias do Jornalismo”, utilizar as diferentes abordagens teóricas sustentadas por estudiosos do Jornalismo como Eduardo Meditsch (1997 e 2011), Adelmo Genro Filho (1987 e 1996), Mauro Wolf (2012), Nelson Traquina (2004), Miquel Alsina (2009) e Tobias Peucer (2004), para explicar o que é o Jornalismo, na busca de expandir os conceitos provisórios já mencionados e explorar a dinâmica do processo de construção social, uma vez que a experiência que se tem do mundo não pode ser pensada sem a influência da linguagem midiática (jornalística), própria dos processos de socialização e integração dos diversos campos do saber.

Meditsch e Sponholz (2011) chamam a atenção para a necessidade de se preocupar em definir o que o Jornalismo realmente é. Afinal, com o grande fluxo de informações na *Internet*, é comum escutar que o Jornalismo se tornou “desnecessário”. Entretanto, os autores reforçam que as pessoas continuam sendo usuárias de conteúdo jornalístico no meio *online*, o que confirma que o Jornalismo tem “algo” de específico e insubstituível em um mundo lotado de informações. Entretanto, até agora não há uma concepção teórica satisfatória a respeito do significado do Jornalismo.

Em grande parte da produção acadêmica contemporânea, devido à influência da Escola de Frankfurt, o Jornalismo é situado como uma ciência malfeita, uma atividade degradante do saber. Entretanto, Meditsch (1997, p. 9) adverte que o Jornalismo não se enquadra como ciência, por ela não ser capaz de trabalhar aspectos da realidade no âmbito da singularidade, como faz o Jornalismo. Por isso que, “o conhecimento do Jornalismo é forçosamente menos rigoroso do que qualquer ciência formal, e assim, menos artificial” (MEDITSCH, 1997, p. 7). Mas também não é senso comum, é uma forma diferenciada de conhecimento.

Para satisfazer à concepção teórica é indispensável apanhar o contexto da realidade do Jornalismo, aquela que não aparece à primeira vista, e assim, compreender o que realmente é, e como que funciona internamente fazendo uso das suas características e

elementos dentro da construção social, para além da afirmação de que é apenas uma forma de comunicação. Há necessidade, segundo Genro Filho (1996, p. 6), de partir de conceitos provisórios: “Jornalismo é uma forma de comunicação”, “Jornalismo é uma forma social de conhecimento” para desenvolver uma reflexão, comprovando essas afirmações e ampliando a discussão.

Compreende-se que a força do Jornalismo está na sua singularidade. O conceito de singularidade, em conjunto com outros conceitos que serão explicados no desenvolvimento do trabalho, será importante para o entendimento do Jornalismo. É na singularidade que se encontra cristalizado o Jornalismo, permitindo a formação de um sistema em que tudo está presente para revelar os aspectos da realidade que outras formas de conhecimento não são capazes de revelar, e explicá-los de uma maneira que outras formas de comunicação não são capazes de explicar (GENRO FILHO, 1987 apud MEDITSCH, 1997).

2. A busca pela definição do Jornalismo

O conhecimento é um objeto valioso para o funcionamento das relações existentes na sociedade. A necessidade da informação abrange todas as camadas sociais, assim, o Jornalismo está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Definir o Jornalismo é uma questão complicada. Afinal, o mundo oferece um conjunto amplo de informações complexas que podem confundir às pessoas. Entretanto, já dizia Paulo Freire (1985 apud MEDITSCH, 1997, p. 5) que todo conhecimento nasce de um questionamento. Já sabendo que o Jornalismo, como conhecimento, faz parte do cotidiano das pessoas, conhecê-lo em essência é uma perspectiva interessante.

Segundo Meditsch (1997, p. 2), o Jornalismo é uma forma de produção de conhecimento que admite várias exposições. A primeira visão considera a definição de conhecimento como um ideal abstrato a ser alcançado. Essa visão aponta que o Jornalismo está no campo do conhecimento como uma ciência malfeita, contribuindo apenas para a degradação do saber. A segunda abordagem considera o Jornalismo enquanto conhecimento como uma ciência menor, que não é totalmente inútil. Nesse sentido, as perspectivas de Park (1940 apud. MEDITSCH, 1997, p. 3) definem o Jornalismo a partir daquilo que ele possui de diferente, como forma de conhecimento da realidade. A

terceira abordagem considera o que Jornalismo tem de único e original. Assim, o Jornalismo não revela menos da realidade do que a ciência, pois ele não é uma ciência, por revelar aspectos singulares que a ciência não é capaz de revelar.

Genro Filho (1996, p. 4) sintetiza as definições acerca do Jornalismo em três concepções. O primeiro ponto de vista traz uma generalidade abstrata. Dizer que o Jornalismo é uma forma de comunicação não capta o que é específico do Jornalismo, não aprofunda na sua singularidade. Afinal, como já mencionado, sabe-se que o Jornalismo é uma forma de comunicação, mas a frase é supérflua para definir algo tão concreto. O segundo ponto determina que o Jornalismo serve para integrar e adaptar o homem ao seu papel social. Mas dizer que essa é a função principal do Jornalismo seria um grande erro. O Jornalismo vai além do limite de uma mera integração. O terceiro ponto reduz o Jornalismo a uma de suas funções na sociedade de classes por dizer que ele reforça a hegemonia ideológica da burguesia e reproduz a dominação. Mas Genro Filho (1996, p. 4) aponta que não se pode reduzi-lo a um instrumento de dominação.

Na busca para se definir o complexo conceito de Jornalismo, Genro Filho (1996, p. 5) trabalha as categorias tracionais da filosofia clássica alemã de Hegel: O singular, o particular e o universal, apontadas pelo autor como as dimensões reais e objetivas do mundo. As categorias possuem relações mútuas. O particular sempre terá relação com o universal e com o singular. Em cada uma das características estão presentes todas as demais, ou seja, dentro da particularidade se encontram a singularidade e a universalidade, que de fato existe na preservação do auditório, a universalidade do Jornalismo mantém a comunicabilidade entre os diversos públicos.

Genro Filho (1996, p. 7) defende o pressuposto de que o Jornalismo é uma forma de conhecimento cristalizado no singular, com leis próprias para sua manifestação, e surge em cima da necessidade de ser capaz de trazer uma percepção individual dos fenômenos com relação com a imediaticidade do mundo. Para o autor, as notícias jornalísticas caminham do singular para o particular. Desse modo, chega-se à essência do Jornalismo.

O nosso mundo não é mais a aldeia, o nosso mundo é uma aldeia global, o nosso mundo é a totalidade do universo. Então vejam que essa pré-condição histórica é essencial ao Jornalismo. Era preciso que o mundo se tornasse único, interligado e dinâmico, para que surgisse a necessidade de que as pessoas se relacionassem com este mundo, de alguma forma semelhante à maneira

como elas se relacionam pessoalmente com seus acontecimentos dia a dia.
(GENRO FILHO, 1996, p. 8)

Genro Filho (1996, p. 9) reconhece que, o Jornalismo é um conhecimento social que envolve a história da sociedade e da humanidade. O mito da imparcialidade deixa óbvio que não existe Jornalismo neutro, pois o emissor sempre vai estar envolvido. Para o autor, toda forma de conhecimento exige um posicionamento do sujeito diante do objeto. Assim, o homem constrói determinado ponto de vista com base nas influências que recebeu. Meditsch (1997, p.8) concorda com Genro Filho (1987, p. 163) e afirma que o Jornalismo tem a sua força na revelação do fato, na singularidade, e por sua vez não parte de hipóteses ou sistemas teóricos anteriores, como no caso das ciências formais, parte da observação da realidade na perspectiva de quem o produz. Portanto, durante esse processo de construção, o Jornalismo implica num posicionamento ético e político sobre a realidade.

2.1.A inegável relação com o Capitalismo

Peucer (2004, p. 17) aponta que a aparição de jornais no século XVII, conhecidos como periódicos, foram em parte motivados pela curiosidade humana e pelo lucro. Entretanto, o autor também relaciona esse sucesso com a vontade do escritor de periódicos buscar a credibilidade e o amor à verdade, virtudes teoricamente essenciais ao Jornalismo. O escritor de periódicos não deve se misturar no seu produto comunicacional notícias falsas ou insuficientemente exploradas a respeito de temas de grande importância. Genro Filho (1996, p. 4) completa a ideia de que o Jornalismo não deve ser reduzido apenas a uma forma de dominação. Mas o Jornalismo faz parte da sociedade de classes, e reproduz a dominação de classes.

Genro Filho (1987) utiliza como bases para a formulação de sua teoria a Teoria Marxista. Para o autor, o Jornalismo surgiu com o desenvolvimento das relações capitalistas, em meio à cultura de massa. Portanto, a hipótese de cultura como manipulação e de Jornalismo como fenômeno mercantil que traz conteúdos alienados e alienadores, é uma das consequências teóricas desta unidade em processo de fragmentação. Adorno e Horkheimer (1937 apud. GENRO FILHO, 1987) criticam que o Capitalismo gerou um caos cultural e que a cultura deixou de ser “também mercadoria” para se tornar “essen-

cialmente mercadoria”. As relações mercantis que atuam nos processos complexos de cultura e arte, tanto em termos de circulação no mercado quanto em produção e distribuição, ficam reféns do capital.

A teoria diferenciada traz um contraponto interessante. Segundo Genro Filho (1987), Imprensa e Jornalismo diferem em pontos essenciais para o saber: Imprensa seria, para o autor, um corpo material, nada mais que o modelo de indústria que se assemelha à produção de notícias. Já o Jornalismo surge da materialidade de produção, operando para suprir as necessidades sociais do ramo da comunicação, responsável por gerar uma forma de conhecimento voltado para a cultura da sociedade. Assim, o autor chega à conclusão de que o Jornalismo pensado na Indústria Cultural é apenas um instrumento de manipulação a serviço da burguesia. Seguindo essa linha de raciocínio, o Jornalismo estaria condenado à morte, mas o autor acredita que existe Jornalismo revolucionário, com a capacidade de ser crítico e desalienador.

Habermas (1984 apud GENRO FILHO, 1987) cita três fases do desenvolvimento jornalístico. A primeira fase traz a imprensa organizada de maneira artesanal, caracterizada pela quantidade modesta de lucros e de um interesse por parte do editor totalmente comercial. A segunda fase traz a imprensa de opinião, quando os jornais eram utilizados como ferramentas de luta política e partidária. A terceira fase consolida o retorno à fase comercial, entretanto, aprimora nas bases de capital e tecnologia. Habermas (1984 apud GENRO FILHO, 1987) esclarece que, à medida que as relações de mercado foram se ampliando, os anúncios passaram a fazer parte dos jornais, uma vez que possuía um número crescente de compradores. O autor define que a história dos grandes jornais, até a segunda metade do século XIX, comprova que a imprensa se tornou objeto de manipulação na medida que se comercializava.

A conclusão de Habermas parece evoluir na perspectiva de tratamento do Jornalismo como veículo publicitário “dirigido” pelo Capitalismo. Os jornais são tratados como empresas capitalistas que privilegiam o lucro e o objetivo de acumulação. Além disso, a mercadoria- notícia continua com o seu conteúdo, pois corresponde a uma necessidade do público que consome essas notícias e contribuem também para a valorização do espaço publicitário. Assim, a complexidade do Jornalismo atual se constitui a partir da sua relação com o Capitalismo. Mas Genro Filho (1996) defende que o Jorna-

lismo transcende a esse meio, que o Jornalismo tem uma natureza própria e revolucionária.

2.2.Os acontecimentos na construção social do Jornalismo

“De fato, o que não aparece na mídia não existe para muita gente, a mídia faz visível os fatos [...] a mídia também aproxima o indivíduo da realidade de uma forma especial” (ALSINA, 2009, p. 129).

Para explicar o Jornalismo e sua construção social é necessário explicar o acontecimento (ALSINA, 2009) uma vez que, o produto jornalístico (a notícia) se constitui em um processo complexo que inicia com um acontecimento, o qual participa de forma ativa da construção social da realidade, pois o sujeito observador é o que confere sentido ao acontecimento. Nesse sentido, Rodrigo Alsina estabelece três premissas sobre os acontecimentos e sua constituição:

- I. Os acontecimentos são gerados através de fenômenos que são externos para o sujeito.
- II. Os acontecimentos não fazem sentido longe dos sujeitos, pois são eles que lhes conferem sentido.
- III. Os fenômenos externos que o sujeito percebe tornam-se acontecimento por causa da ação deste sobre aqueles [...] o sujeito aplica seu conhecimento. (ALSINA, 2009 p. 118)

Segundo Alsina (2009) os meios de comunicação concretizam processos de construção de identidade. Berger e Luckmann (1979 apud. ALSINA, 2009) sustentam que a construção social da realidade se estabelece a partir da relação que existe entre a realidade e o conhecimento, tarefa que o Jornalismo se encarrega de cumprir, uma vez que tem a função de produzir construções da realidade que são publicamente relevantes. Entretanto, a construção social da realidade não é uma prática exclusiva dos meios de comunicação, situa-se no sujeito e na esfera da vida cotidiana, quer dizer, na singularidade.

Os acontecimentos, que por si mesmos se desvanecem, tornam-se por meio da sua representação pela mídia, manifestações que perduram com a possibilidade de ser consumidos em repetidas ocasiões. A notícia é uma realidade social construída cotidianamente que usa os acontecimentos como a etapa inicial da produção jornalística:

Poderíamos considerar então que a mídia é um sistema que funciona com alguns *inputs*, os acontecimentos, e que gera alguns *outputs* que transmitem: as notícias. E essas notícias são recebidas como acontecimentos pelos indivíduos receptores da informação. Ou seja, todo e qualquer *output* pode ser também um *input* de outro sistema e todo e qualquer *input* também pode ter sido um *output* de um sistema anterior. (ALSINA, 2009, p. 133, grifo do autor)

O ser humano não é capaz de processar toda a informação presente no entorno, pois geraria uma sobrecarga. Nesse sentido, Alsina (2009) explica que os acontecimentos são determinados por meio da história e pela cultura, assim, cada sistema social define quais são os fenômenos que merecem ser considerados acontecimentos, ou seja, no que se deve prestar atenção e que deve ser ignorado. Essas escolhas fornecem significado e estruturam o mundo do indivíduo.

A mídia considera os acontecimentos sociais para sua produção. Entende-se como acontecimentos sociais aqueles fatos de transcendência social que acontecem em um determinado momento e se diferenciam dos acontecimentos em geral. Entretanto, existe um problema na hora de definir o que se entende como “transcendência social” e quem tem a legitimidade para determinar o que seria um acontecimento de transcendência social, já que, cada sociedade tem os seus próprios parâmetros para determinar o grau de importância aplicado a certos assuntos. Na concepção de Mauro Wolf (2012) essa tarefa corresponde ao *gatekeeper* no processo de *newsmaking*.

2.3. *Newsmaking*

O *newsmaking* (WOLF, 2012) reúne sistematicamente as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas de produção que atuam na indústria da mídia e identifica quais são os fatores capazes de influenciar as ações do jornalista. Os discursos e acontecimentos se submetem a uma série de operações e pressões sociais que constituem o senso comum dentro das redações durante o processo de composição da notícia, ou seja, o *newsmaking*. Wolf (2012) direciona sua teoria à cultura profissional dos jornalistas dentro da organização do trabalho e quanto aos processos de produção, uma vez que existem diversos fatores que podem influenciar o controle social dentro das redações: normas ocupacionais, profissionais ou organizacionais, autoridades superiores, sentimento de obrigação do jornalista em relação à empresa ou os superiores, comodidade do

trabalho e o valor da notícia como produto. Esses elementos podem levar à distorção dos fatos, de forma consciente ou inconsciente, durante o processo de *newsmaking*.

2.4.O *gatekeeper* no processo de construção da notícia

Focando nos processos de produção, é importante destacar o “selecionador” dos acontecimentos que irão se tornar notícia: o *gatekeeper*, o indivíduo ou grupo, que tem poder de decidir se deixa passar ou interrompe a informação. Pode ser o editor da revista ou jornal, diretor de programação das emissoras de TV e rádio, diretor artístico das gravadoras e de casas de espetáculo ou pessoas com cargos altos. Compreendendo como funciona o *gatekeeper* é possível entender como ocorre o processo de seleção de fatos dentro da mídia.

Ainda segundo Wolf (2002), na comunicação de massa, o contexto profissional-organizacional-burocrático exerce influência de forma decisiva nas escolhas do *gatekeeper*. A linha editorial-política do jornal, que, embora não seja discutida de maneira explícita, é imposta no processo de socialização dentro da redação. O jornalista absorve orientações e valores profissionais dos grupos de referência: colegas e superiores. Mauro Wolf enfatiza que conhecer as exigências da organização e da estrutura, além das características técnicas e expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, é crucial para entender a representação da realidade social construída que é fornecida pela mídia. Os problemas com os quais se ocupa a abordagem do *newsmaking* se expressam no questionamento de qual imagem do mundo passam os noticiários e como essa imagem se correlaciona com as exigências cotidianas de produção de notícias nas organizações (GOLDING – ELLIOTT, 1979 apud. WOLF, 2012).

Existem exigências de seleção ligadas à superabundância de conhecimentos, já que o aparato informativo deve selecionar os eventos propriamente significativos e interessantes. As exigências dessa seleção estão relacionadas com a cultura profissional relativa às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade. As modalidades que controlam a confecção da notícia estão relacionadas também com as restrições ligadas à organização de trabalho que determinam a definição de notícia. (Wolf, 2012). Alsina (2009) cita Landowsky (1980) e ressalta que o meio de comunicação é frequentemente o porta-

voz da opinião pública e que estabelece uma hierarquia dos assuntos que considera os mais importantes para a sociedade.

2.5.A noticiabilidade e os valores-notícia

Nesse sentido, existe um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade. Entende-se como noticiabilidade a aptidão de cada evento para ser transformado em notícia satisfazendo às exigências mencionadas do ponto de vista da estrutura de trabalho nas organizações jornalísticas e da perspectiva do profissionalismo jornalístico. Essas exigências se encontram estreitamente ligadas aos processos que padronizam as práticas de produção. Wolf explica a noticiabilidade como: “o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 2012, p. 195).

Alsina (2009) pontua que, para o sistema midiático, o acontecimento deve ser algo comunicável, senão não pode ser considerado como um acontecimento para a construção da notícia. Afirma também que, em princípio, quanto mais pessoas se sentirem envolvidas em um acontecimento, maior será sua importância. Entendida a noticiabilidade é importante definir os valores/notícia, já que, segundo Golding e Elliot (1978 apud. TRAQUINA, 2004), são um importante elemento na interação jornalística, uma vez que constituem referências claras e disponíveis aos conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos da notícia, referências que facilitam a complexa elaboração das notícias:

Os valores-notícia são, por tanto, regras práticas que compreendem um corpus de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalhos redacionais [...] estão continuamente presentes nas interações cotidianas dos jornalistas em sua cooperação profissional [...] constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos compartilhados a respeito da natureza e dos objetivos das notícias, referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários (ELLIOT, 1979, p. 114 apud. WOLF, 2012, p. 203)

O peso que os valores-notícia têm dentro de cada organização jornalística pode variar segundo a política editorial, a produtividade das rotinas, a interação entre o jorna-

lista e a fonte, e a criação de espaços temáticos específicos dentro do jornal. Segundo uma pesquisa realizada por Adriana Barsotti (2012), fica evidente que com as novas tecnologias e o Jornalismo *online* é possível fazer um monitoramento das notícias que são mais consumidas pelo público, e assim, a mídia pode pautar as notícias com base nas preferências de consumo, surgindo assim o jornalista mobilizador de audiência.

3. Considerações finais

No século XVII, Tobias Peucer afirmou que a finalidade dos periódicos é o conhecimento de fatos novos, acompanhados de certa utilidade e atualidade. De fato, as pessoas necessitam de informação. O mundo está interligado por notícias, fatos novos que surgem a cada momento e precisam ser compreendidos em sua profundidade. Por mais que as tecnologias tenham evoluído e a *Internet* passou a fazer parte da rotina dos indivíduos, facilitando a dinâmica da informação, o Jornalismo nunca foi tão essencial. Pensar sobre o Jornalismo estimula uma reflexão necessária para a profissão, para a sua prática enquanto conhecimento baseado no singular. O Jornalismo não é somente uma forma de comunicação, é uma forma de aprofundar o conhecimento. E a sociedade precisa de conhecimento, sem ele, tampouco o homem evolui.

Ainda hoje, as Teorias da Comunicação são incapaz de explicar o que é o Jornalismo em essência. Mas as Teorias do Jornalismo já avançaram bastante e oferecem conceitos para uma reflexão sobre o Jornalismo na atualidade. Philip Meyer (2009 apud MEDITSCH, 2011) afirma que existe a necessidade de que a prática jornalística seja repensada e use dos melhores instrumentos teóricos para mostrar o seu valor. O presente trabalho não consegue abranger a total complexidade que é definir o Jornalismo e nem sua construção social em profundidade, tendo em vista a amplitude dos fatores que se envolvem e influenciam na construção, e foram mencionados os principais. O Jornalismo se encontra em constante evolução, e no auge do consumo de informação *online*, deve-se, mais que nunca, valorizar e aprimorar a prática da profissão jornalística e buscar um reencontro entre a prática e a teoria.

4. Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTI, Adriana. **Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no Jornalismo online**, 2012. Disponível em <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo1_25.pdf> Acesso em 20 de jan. de 2017

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do Jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

_____. **Teoria do Jornalismo - Palestra de Adelmo Genro Filho: Jornalismo já tem a sua teoria (1987)**. Revista da Fenaj. Ano I, nº 1. Brasília, maio de 1996. Disponível em <<http://www.danielherz.com.br/system/files/acervo/ADELMO/Palestras/Jornalismo+Ja+Tem+Sua+Teoria.pdf>>. Acesso em 15 de jan. de 2017

MEDITSCH, Eduardo. **Jornalismo é uma forma de conhecimento?** Santa Catarina, setembro de 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>>. Acesso em 20 jan. de 2017

MEDITSCH, Eduardo; SPONHOLZ, Liriam. **Bases para uma Teoria do Jornalismo 2.0** in. GROTH, Otto. O poder cultural desconhecido- fundamento da ciência dos jornais. Vozes. Petrópolis. 2011. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/bases-para-uma-teoria-do-jornalismo-20/>>. Acesso em 10 de jan. de 2017

PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**. In Estudos de Jornalismo e Mídia. V.1, n.2, nov. 2004.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo I: **Porque as notícias são como são**. Santa Catarina: Editora Insular, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Martins Fontes. São Paulo, 2012.