



O jornalista como consumidor de informação¹

Profa. Dra. Margarethe Born Steinberger²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)

Resumo

As teorias do Jornalismo (Wolf, 1987; Traquina, 2004)³ partem geralmente do pressuposto de que o jornalista é um *produtor* de notícias e nunca um *consumidor* de informação noticiosa. O desenvolvimento tecnológico criou novos cenários jornalísticos em que a reciclagem de textos e as reconversões discursivas permitem rever tal pressuposto. Neste trabalho, discuto as implicações teóricas de uma concepção do jornalista como consumidor de notícias e seu impacto sobre a construção de uma história do jornalismo fundada sobre modos de consumir informação. Discuto também como diferentes modos de consumo das notícias podem afetar a memória e a história dos acontecimentos.

Palavras-chave: teoria do Jornalismo; história do Jornalismo; identidades do jornalista; jornalismo e representações sociais; linguagens jornalísticas.

¹ Trabalho apresentado no XXVIII Congresso da Intercom, UERJ, Rio de Janeiro, NP-02 “Jornalismo”

² Coordenadora do Programa de Pós-graduação *lato sensu* em Comunicação Jornalística da PUC-SP. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP) e Mestre em Letras. Jornalista e correspondente internacional, dedica-se à pesquisa do jornalismo e seu lugar numa teoria dos discursos sociais. Lecionou Comunicação e Linguística também na PUC-Rio e na Universidade Livre de Berlim. E-mail: mborn@uol.com.br

³ Wolf, M. (1987) *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Presença; Traquina, N. (2004) *Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são*, Florianópolis: Insular.