

A reconfiguração da noticiabilidade jornalística no contexto da web:

O redirecionamento dos fluxos na relação espaço-temporal inerente à virtualidade¹

Ana Célia Souza de Sá LEITÃO²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a formação da notícia jornalística na internet, considerando-se os critérios de noticiabilidade inerentes ao exercício profissional. A proposta é exemplificada a partir da experiência do portal Pernambuco.com e do site Diariodepernambuco.com.br, que passaram por recente reformulação. O trabalho parte de uma conceitualização do virtual com o objetivo de contextualizar e tornar compreensível a relação espaço-temporal reconfigurada neste ambiente, numa proposição de liberdade geográfica e de instantaneidade. Na fluidez da web, abre-se espaço para o fenômeno da convergência, capaz de agregar mídias e redirecionar fluxos informativos.

PALAVRAS-CHAVE

Virtual; Relação Espaço-Temporal; Critérios de Noticiabilidade; Valor-Notícia; Webjornalismo.

Introdução

Este artigo faz parte de uma pesquisa em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), focada no estudo das modificações introduzidas na produção jornalística e nos valores-notícia a partir da relação espaço-temporal característica da internet, na perspectiva de que a compreensão do fazer jornalístico é elemento fundamental para o exercício da profissão.

Para entender este processo, é necessário caminhar no ritmo das mudanças desta prática profissional, atualmente marcada pelo uso da internet, cujas bases encontram-se na concepção espacial simbolicamente ilimitada e na proposta de tempo real. O estudo

¹ Trabalho apresentado no GP Teoria do Jornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo (2003) e especialista em Jornalismo Cultural (2005) pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Atua como jornalista na Assessoria de Comunicação da UFPE. E-mail: anaceliadesa@gmail.com.

completo, a ser materializado em uma dissertação, pretende trazer à tona o que move a notícia no mundo virtual, ambiente que liberta o jornalista das limitações espaciais, porém impõe condicionamentos temporais devido à urgência constante de atualização das notícias. Neste artigo, será apresentada uma reflexão inicial acerca do conceito de virtualidade, nova configuração espaço-tempo da rede, critérios de noticiabilidade e formação da webnotícia.

A nova relação entre espaço infundável, tempo real e notícia deve, como também nos meios de comunicação tradicionais, pensar a qualidade e o interesse coletivo, especialmente diante de um público que vivencia a experiência da participação de maneira intensa no ambiente virtual, característica capaz de eliminar barreiras nas relações hierárquicas entre emissor e receptor, à distância de um “clique”. Do contrário, o ciberespaço tornar-se-á o vilão de um jornalismo repetitivo, impreciso e de menor valor social.

A web ganha destaque cada vez maior ante o público, ávido por instantaneidade, interatividade e acesso a recursos multimídia. Uma das formas de suprir as necessidades do internauta, sem perder de vista a profissionalização, é considerar fatores de noticiabilidade nos portais jornalísticos. Estes critérios, que guiam os jornalistas em todos os veículos, reforçam valores da produção da notícia, como relevância social, atualidade, apuração e checagem de fontes. A soma desses e de outros componentes resulta no compromisso ético e na credibilidade, indispensáveis à integridade do jornalismo, além de dar ao público um suporte para que conheça uma das formas de atuação da mídia.

A busca pelo espaço para publicação e veiculação de material jornalístico sempre fez parte das aspirações dos profissionais da mídia. O surgimento da *World Wide Web* (WWW), em 1989 (FERRARI, 2006), foi o primeiro passo para a realização deste anseio, ao menos para os jornalistas de redações on-line. O mundo virtual, livre das amarras do papel impresso e da programação apertada das emissoras de rádio e televisão, propõe um universo espacial simbolicamente ilimitado.

Conforme discorre Scolari (2008), o ciberespaço é um local de novas significações, onde a distância equivale ao “clique” e no qual se desenvolvem as novas formas de comunicação. A web abre as portas para a veiculação de notícias 24 horas por dia, em tempo real. Paradoxalmente, a tarefa de preencher o ilimitado não é fácil. É preciso prender a atenção do internauta, exposto a ações diversas na rede e capaz de mudar rapidamente a atividade, de acordo com necessidades pessoais (PRADO, 2011). Ao mesmo tempo, é preciso evitar as armadilhas da mera atualização que objetiva apenas aumentar a quantidade

de notícias publicadas, o que pode resultar na informação pouco relevante, na apuração imprecisa ou na sobrecarga informativa inútil ao público.

O virtual e a relação espaço-temporal

A Modernidade, segundo Bauman (2001), é caracterizada pelos fluidos, que “[...] não fixam o espaço nem prendem o tempo.” (p. 8). Numa rápida analogia aos meios de comunicação, a internet estaria próxima desta fluidez, que prioriza o tempo e desliga-se da demarcação espacial do sólido. A web se estabelece em um mundo sem limites de espaço físico, capaz de absorver mudanças com agilidade e mostrar-se pronto para novas incumbências. É este ambiente “líquido” que inunda o usuário com uma gama de recursos que envolvem vídeo, som, fotografia, arte gráfica, animação.

No mesmo contexto, encontra-se a virtualidade. Lévy (1996) defende que o virtual vai além da simples oposição ao real. Para ele, é grosseiro afirmar que o virtual signifique a mera ausência de existência, enquanto o real remete à efetuação material, tangível. O autor apresenta uma perspectiva filosófica na qual “[...] o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes.” (LÉVY, 1996, p. 15).

[...] o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. Esse complexo problemático pertence à entidade considerada e constitui inclusive uma de suas dimensões maiores. (LÉVY, 1996, p. 16).

A atualização mostra-se como a solução de um problema que não estava contida no enunciado. Pertence ao campo da criação, da invenção de formas, ideias e qualidades não previstas na realidade possível, a qual é caracterizada pela pré-determinação. A atualização alimenta o virtual a partir de novas propostas, da reconfiguração de um objeto.

A virtualização não é uma desrealização (a transformação de uma realidade num conjunto de possíveis), mas uma mutação de identidade, um deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto considerado: em vez de se definir principalmente por sua atualidade (uma “solução”), a entidade passa a encontrar sua consistência essencial num campo problemático. (LÉVY, 1996, p. 17, 18).

Por outro lado, a generalização do conceito de virtual como algo intangível qualifica uma característica pertinente: a não presença. Isso pode ser observado, como exemplifica Lévy (1996), em uma empresa virtual, cuja posição geográfica tem importância minorada. Nela, os funcionários não dividem um espaço fixo e presencial nem a temporalidade do relógio. Há um processo de desterritorialização. Este fenômeno também pode ser observado no jornalismo associado ao ciberespaço, este definido por Prado (2011) como a combinação de pessoas, espaço e softwares.

O ciberespaço reconfigura distâncias e passa a empregar a ideia de posições simbólicas, na qual a informação não possui localização física (MIHALACHE, 2002 apud SCOLARI, 2008). Os sites e os materiais produzidos por eles podem ser acessados em qualquer lugar do mundo, a qualquer momento. Desta maneira, o local de produção perde relevância, uma vez que o produto on-line ganha a rede mundial de computadores em questão de segundos. Também os profissionais passam por um processo de desterritorialização, numa relação que valoriza o tempo e redimensiona espaços (SCOLARI, 2008). Graças à internet, os jornalistas são capazes de produzir materiais e enviá-los a redações situadas em qualquer ponto do globo.

Apesar de não existir total independência do espaço e do tempo, é possível, por meio da virtualização, fazer um recorte deles e considerar novas relações para a narrativa clássica: “A sincronização substitui a unidade de lugar, e a interconexão, a unidade de tempo.” (LÉVY, 1996, p. 21). Criam-se novas relações cronológicas e espaciais a partir da ideia do virtual.

Ao considerar a subjetividade, a significação e a pertinência, passam a existir vários tipos de espacialidade e de duração tipicamente culturais, ou seja, construídas pelos seres humanos. Do transporte e da comunicação aos sistemas de registro e transmissão, é possível configurar inúmeros ritmos, durações e ambientes que interagem, opõem-se ou respondem-se. Cada rede ou sistema metamorfoseia o tempo e o espaço sociais, inventando novas velocidades e ambientes mutantes (LÉVY, 1996).

A questão espaço-temporal também está fortemente vinculada ao surgimento da informática. “A noção de tempo real, inventada pelos informatas, resume bem a característica principal, o espírito da informática: a condensação no presente, na operação em andamento.” (LÉVY, 1993, p. 115). Passa-se à ideia de tempo na forma pontual, diferente do tempo circular da oralidade primária e do tempo linear das sociedades

históricas. Este novo ritmo, baseado na velocidade, brota do fluxo inexaurível dos dados digitais.

Castells (1999) aposta no conceito de virtualidade real, sem separação entre realidade e representação simbólica, uma vez que a humanidade existe e atua em um ambiente simbólico. O autor argumenta que o virtual representa o que existe na prática, mas não nominalmente, enquanto o real é o que existe de fato. Assim, a realidade sempre foi virtual porque é percebida por meio de símbolos formadores da prática com sentidos externos à definição semântica.

O fluxo espaço-tempo também é destacado por Castells (1999) numa perspectiva social. As novas tecnologias suplantaram a experiência histórica do espaço e do tempo, passando ao recorte produzido nas redes. A dimensão espacial da vida humana passa a operar em conjunto com a lógica virtual on-line em setores como trabalho, saúde, entretenimento e educação, sem destruir, contudo, as cidades.

Já o tempo transforma-se através da simultaneidade e da intemporalidade. A informação é instantânea, permite o conhecimento dos fatos numa velocidade sem precedentes. E a mistura de tempo promovida pela mídia origina uma colagem capaz de reorganizar o tempo de maneira sincrônica, sem sequência definida. Um dos protagonistas desta relação é o hipertexto, apto a reordenar eventos numa cronologia baseada na leitura por associação. A depender da construção cultural proposta pelo internauta, a relação cronológica torna-se eterna ou efêmera (CASTELLS, 1999).

A questão dos valores-notícia

Os critérios de noticiabilidade jornalística fazem parte da agenda de discussões da comunicação social, sendo objeto em constante processo de maturação. Eles são o ponto de partida para a seleção e categorização de acontecimentos, tornando-os aptos a receberem o tratamento de notícia a ser veiculada ao público. Mas de que maneira os fatos são categorizados? Que critérios são considerados? Sobre este assunto, em linhas gerais, Silva explica:

[...] devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da

empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Percebe-se que a noticiabilidade considera as propriedades do acontecimento em si, a subjetividade do profissional, as políticas de trabalho e, ainda, fatores de cunho social. A partir deste contexto, o jornalista pondera o que e como noticiar em cada meio de comunicação. Na web, a associação entre a tecnologia multimídia e a noticiabilidade é um dos responsáveis pelo êxito da informação jornalística, pensada para trazer ao público o que ele quer e precisa.

Franciscato também reflete sobre a noticiabilidade:

[...] a notícia é resultante de uma combinação complexa de elementos díspares: sua forma e conteúdo final representam a convergência de vários processos sociais [...], acentuados em complexidade pelos aspectos cultural, expressivo e emotivo impressos em sua ‘materialidade’, que lhe fazem assumir contornos particulares e, às vezes, quase únicos. (FRANCISCATO, 2002, p.04).

A notícia jornalística vai além de categorizações de formatação. Ela carrega consigo o contexto social que cerca o profissional, as empresas e o público. Reconhecer estas características nos fatos e transportá-las para a mídia integra a rotina diária das redações. Em tempos de ambiente virtual, que desconhece limites espaciais e integra plataformas diversas, torna-se ainda mais relevante considerar critérios que guiem o fazer jornalístico, sem perder de vista o ofício de qualidade e a profissionalização.

Traquina (2008) vincula a previsibilidade das notícias à existência dos critérios de noticiabilidade. Eles guiam a ação do profissional diante dos fatos, mantendo uma espécie de padrão observado ao longo dos tempos.

[...] os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (“*newsworthiness*”). (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Para Hall et al. (in TRAQUINA, 1999), a notícia se define como o produto de um processo complexo iniciado numa seleção sistemática de acontecimentos, segundo um conjunto de categorias construídas socialmente. Esta produção envolve três principais

aspectos: a organização burocrática dos veículos de comunicação e de seus funcionários; a estrutura dos valores-notícia que ordenam as histórias em categorias; e o momento de construção da notícia.

O primeiro aspecto gira em torno da organização da rotina dos veículos, no caso citado pelos autores, os jornais, com áreas regulares de cobertura. Eles direcionam os profissionais a certas categorias noticiosas para organização de sua força de trabalho e da estrutura do veículo. Também a ideologia profissional para eleger os assuntos de interesse do leitor começa a estruturar o processo, numa clara conexão da noticiabilidade com o contexto social do comunicador.

Este exercício seletivo envolve a escolha de fatos que fogem ao comum. São os acontecimentos inesperados, aqueles que vão de encontro às perspectivas rotineiras pertinentes à vida social. Este aspecto é considerado, por Hall et al. (1999), como valor-notícia primário ou fundamental.

Além da singularidade, há outros valores considerados pelos autores supracitados para a construção da notícia. Integram o universo noticioso os acontecimentos da elite, dramas, sentimentos humanos, como humor e tristeza, além de esportes e episódios cujas consequências sejam negativas ou trágicas. São justamente estes elementos valorativos que o jornalismo busca sempre realçar com o objetivo de reforçar a notabilidade.

Vale ressaltar que os valores-notícia tendem a atuar em conjunto, como uma estrutura, fornecendo critérios para as práticas da rotina jornalística. E quanto mais pontos nos valores-notícia um fato tem, maior é o seu potencial noticioso (HALL et al., 1999).

Embora não estejam escritos em parte alguma, formalmente transmitidos ou codificados, os valores-notícia parecem ser largamente partilhados entre os diferentes meios de comunicação (embora tenhamos mais a dizer acerca da forma como estes são diferentemente *inflectidos* por determinados jornais) e constituem um elemento essencial na socialização profissional, prática e ideologia dos jornalistas. (HALL et al., 1999, p. 225).

O terceiro aspecto da produção social da notícia refere-se ao momento da própria construção da notícia, quando o fato é tornado compreensível ao público por meio das práticas de identificação e contextualização. A mídia trabalha com a ideia de consenso social, supondo que todos os receptores possuam e saibam usar os enquadramentos de significado e interpretação de forma equivalente, ou seja, que todos possuam a mesma estrutura. Ainda que haja diferentes opiniões, é possível voltar-se ao consenso sem o uso da

violência. Esta conjuntura ajuda a construir um consenso social dando significados aos acontecimentos (HALL et al., 1999).

A noticiabilidade na web a partir da nova relação espaço-tempo

A internet consolida o que Jenkins (2009) intitula de convergência, caracterizada pelo fluxo de conteúdos que chega ao público por meio de múltiplas plataformas de mídia, pela cooperação entre os mercados midiáticos e pela migração dos públicos dos meios de comunicação em busca das experiências que desejam. “A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.” (JENKINS, 2009, p. 43). Trata-se de um processo sem real controle do fluxo midiático e que modifica a relação entre as tecnologias, os gêneros e o público.

Neste ambiente de convergência, a internet passa a ser vista como local de circulação multidirecional, que opera conceitos baseados na coletividade, no dinamismo e no compartilhamento de conhecimentos, materializados em sites, blogs, comunidades e fóruns de debate. O jornalismo, enquanto atividade social, absorve e utiliza este novo modelo. O profissional da web tem ao seu dispor um universo espacial ilimitado e recursos multimídia (áudio, vídeo, fotografia, arte e texto escrito) capazes de construir um ambiente completo aos sentidos do internauta.

O espaço virtual aberto estimula um novo fazer jornalístico, no qual o público ocupa a posição de receptor e emissor, capaz de produzir seu próprio conteúdo ou complementar os materiais apresentados (PRADO, 2001). Neste espaço vivo e móvel, a meta é manter a atualização durante as 24 horas do dia, a fim de sustentar o interesse do público. O ciberespaço promove um recorte espaço-temporal de cunho social. A espacialidade deixa de ser geográfica e abre as portas para um mundo cibernético pleno em atividades, sem a necessidade de deslocamento físico. A temporalidade caminha na velocidade da banda de conexão e de recursos como o hiperlink, o qual é capaz de recriar cronologias, esticar ou condensar sequências, de acordo com a preferência do internauta.

Em tempos de cultura mediada pelas novas tecnologias eletrônicas de comunicação, os códigos historicamente produzidos são reconfigurados. Castells (1999) caracteriza este sistema eletrônico pelo alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial. A internet, grande rede que congrega as demais, materializa este

novo paradigma comunicacional. Nela, o jornalismo monta sua estrutura e configura um novo meio de produção da notícia.

Porém, preencher o espaço aberto da web exige atenção. Faz-se relevante entender o que torna um acontecimento notícia, numa discussão que valoriza práticas profissionais, indo além da formatação e das linguagens peculiares a cada veículo de comunicação: a noticiabilidade.

O ambiente da web congrega diversos tipos de mídias, produzidas e consumidas por diferentes públicos, oriundos de inúmeros lugares do planeta. Diante desta gama heterogênea de plataformas, unidas em processo de convergência, e de públicos, aproximados pelo ciberespaço, o jornalismo passa a remodelar linguagens, que adquirem traços específicos em função das potencialidades do veículo. Canavilhas (2007) aponta três características da web que condicionam o jornalismo on-line: a hipertextualidade, capacidade de fazer conexões por enlaces; multimídia, união de plataformas como texto, vídeo e áudio; e interatividade, entendida pela capacidade de o usuário interagir com o conteúdo.

A produção jornalística na web, no entanto, deve ultrapassar formatos e linguagens, espaços e temporalidades. A partir disso, entram em cena os critérios de noticiabilidade, a fim de modelar os itens desde a seleção até a produção das matérias. O portal de notícias Pernambuco.com, vinculado ao grupo Diários Associados, estreou novo formato, no dia 29 de maio de 2012. O projeto inclui mudanças no layout para torná-lo mais dinâmico, ênfase em recursos multimídia e maior espaço para a colaboração do internauta.

A proposta ainda passa pela questão da convergência, unindo as redações web e do jornal impresso pertencente ao mesmo grupo, o Diário de Pernambuco, que também teve o site (Diariodepernambuco.com.br) relançado na mesma ocasião. “O projeto é um marco para a interatividade e colaboração do internauta e para a convergência das redações da empresa, que juntas aumentarão a produção dos dois conteúdos distintos.” (PERNAMBUCO, 2012). Esta concepção reafirma a ideia de cooperação de mídias em ambiente convergente: “[...] o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas.” (JENKINS, 2009, p. 32, 33).



Pernambuco.com, 28/06/2012, às 18:50:12.



Diariodepernambuco.com.br, 28/06/2012, às 18:55:30.

No quesito conteúdo, o portal Pernambuco.com promete destaque para entretenimento e serviços. A publicação de notícias quentes – *hard news* – fica com o site Diariodepernambuco.com.br.

“Tudo de melhor do grupo pode ser encontrado no portal”, resume a gerente de internet Adriana Reis. No que diz respeito ao conteúdo, Adriana diz que mudou toda a lógica de processamento das matérias. “Estamos trabalhando informações com as características dos diversos públicos, preservando nosso critério editorial”. (PERNAMBUCO, 2012).

Ao preservar o critério editorial, os portais propõem a manutenção de valores-notícia comuns tanto ao jornal impresso quanto ao produto web, numa demonstração de que os princípios do jornalismo podem e devem ser aplicados em meios diversos. Percebe-se que a noticiabilidade deve estar presente também na internet, com valores-notícia que considerem fatores como novidade, relevância social e interesses do público.

Considerações finais

Agregar valores-notícia como forma de manter a qualidade do jornalismo na web é um caminho a ser considerado. A percepção editorial dos portais deve aliar-se à reconfiguração espaço-temporal proposta pelo virtual e materializada na internet. Esta relação amplia o campo de alcance da notícia de maneira simbolicamente ilimitada, livre de amarras geográficas e físicas. De forma instantânea, o produto jornalístico alcança o público, sendo capaz também de reformular e reprogramar cronologias no contexto social. Fruto desta união, a notícia cumprirá seu papel social, agregando informações e conhecimentos capazes de ampliar a percepção de mundo da sociedade.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CANAVILHAS, João. **Webnotícia**: Propuesta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã: Labcom, 2007. [e-book]. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. Atualização para 6ª edição de Jussara Simões. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1)

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: **Anais do XI Compós**. GT – Estudos de Jornalismo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_713.pdf>. Acesso em: 15 set. 2011.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência** – O futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. (Coleção TRANS)

_____. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1996. (Coleção TRANS)

PERNAMBUCO ganha novos portais. **Diariodepernambuco.com.br**, Recife, 28 maio 2012. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2012/05/28/internas_economia,375612/pernambuco-ganha-novos-portais.shtml>. Acesso em: 29 maio 2012.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.uni-verciencia.org/index.php/estudos/article/view/5931/5402>>. Acesso em: 15 set. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008. 2 v.