

Barreiras na produção de conhecimento pelo jornalismo econômico

Kárita Cristina Francisco

Resumo

O jornalismo enquanto meio de produção de conhecimento depende de alguns fatores essenciais. Quando se remete ao jornalismo econômico, a produção do conhecimento só pode ser alcançada de forma eficaz se alguns aspectos como a linguagem jornalística e as fontes forem bem trabalhadas.

Palavras-chave

Conhecimento, linguagem, jornalismo econômico

Abstract

Journalism as a mean of knowledge production depends on some essential aspects. When it comes to economics journalism, the production of knowledge can only be achieved in a plentiful way if some aspects are well executed by the journalist, as the journalistic language and the interviews.

Key words:

Knowledge, language, economics journalism

A narrativa jornalística ou a própria linguagem jornalística apresenta determinadas regras e características para se alcançar alguns objetivos básicos como a clareza, coesão e a objetividade. Essas características funcionam como agentes que potencializam melhor a transmissão de mensagem e, conseqüentemente, proporcionam a distribuição do conhecimento de maneira eficaz. Para que esse conhecimento seja realmente distribuído por meio dos veículos de comunicação, o jornalista desempenha papel fundamental nesse processo.

Em observações preliminares realizadas nos cadernos de economia dos mais variados jornais em circulação no país, percebem-se alguns entraves que retardam ou evitam que a transmissão da informação ocorra de forma plena e eficaz, levando o leitor à compreensão e geração de conhecimento. A falta de tempo para trabalhar melhor a apuração da notícia e para a construção do texto é uma delas. Com o ritmo acelerado nas redações e com o grande volume de notícias a serem checadas e escritas diariamente, o jornalista vive o paradoxo: escrever logo e publicar, para não correr o risco de ser furado, ou escrever e apurar melhor a matéria, para publicá-la com mais certeza e *redonda*, mas correndo o risco de ter seu trabalho perdido ao ver sua matéria publicada em outro jornal no dia seguinte.

Um segundo aspecto diz respeito às fontes oficiais. Algumas editoriais infelizmente dependem das fontes oficiais para publicação. No caso do caderno de economia, são as assessorias de imprensa e diretores das grandes federações e associações, além de economistas, que tentam a seu modo explicar o que acontece no mercado econômico, transmitindo a visão de suas entidades.

A prática do jornalismo como forma de conhecimento tanto pode servir para produzir e reproduzir outros saberes quanto para degradá-los

O terceiro e mais importante obstáculo na transmissão da informação seriam o jargão e os números. São dados, tabelas, números e percentuais na maioria das vezes não traduzidos ou explicados ao leitor ou espectador e, quando são feitos, é por meio de siglas ou termos que fazem parte do jargão econômico, mas distantes do vocabulário ou do conhecimento de mundo de grande parte do público. Essas constatações comprometem a distribuição do conhecimento e impedem a geração do conhecimento no leitor, ouvinte ou expectador, questionando o papel do jornalismo como gerador de conhecimento.

Jornalismo como conhecimento

O Jornalismo é uma forma de produção de conhecimento. No entanto, na prática, esta forma de conhecimento tanto pode servir para produzir e reproduzir outros saberes quanto para degradá-los, e, em alguns casos, até as duas ações, simultaneamente. Ao se falar em jornalismo como forma de conhecimento, tem-se três abordagens principais de acordo com Meditsch (1997: 3-4).

A primeira abordagem define o conhecimento não como um dado concreto, mas como um ideal abstrato a alcançar. Uma vez estabelecido este ideal, passa a ser o parâmetro para julgar toda a espécie de conhecimento produzido no mundo humano. Essa visão determina a ciência como único método de conhecimento, e o jornalismo levaria, então, a uma degradação do saber, uma vez que não produz conhecimento válido.

A segunda abordagem do jornalismo enquanto forma de conhecimento o considera uma ciência menor, mas já admite algum valor enquanto produtor de conhecimento. Robert Park publicou um artigo sobre o tema

em 1940, baseado no pragmatismo de William James, que considera o conhecimento como um dado da vida humana, concluindo que as pessoas e as coletividades lidam simultaneamente em suas vidas com várias espécies de conhecimento. Park começa a definir o jornalismo a partir do que este tem de diferente, do que lhe é específico como forma de conhecimento da realidade.

Ao utilizar a distinção entre “conhecimento de” – sintético e intuitivo – e “conhecimento sobre” – sistemático e analítico, dentro da tradição do pragmatismo, Park observa que o Jornalismo realiza para o público as mesmas funções que a percepção realiza para os indivíduos. De acordo com Lage (1992: 14), o jornalismo descende da mais antiga e singela forma de conhecimento, só que agora projetada em escala industrial, organizada em sistema, utilizando fantástico aparato tecnológico. Para situar o jornalismo, Park propõe a existência de uma gradação entre as duas espécies de conhecimento e coloca a notícia num nível intermediário entre elas.

A terceira abordagem dá mais ênfase ao que o jornalismo tem de único e original. Para esta terceira abordagem, o jornalismo revela a realidade de maneira diferente. Ao fazer isso, pode mesmo revelar aspectos que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar. O jornalismo tem uma forma característica de produzir e reproduzir o conhecimento. O jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, mas reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. A hipótese de que ocorra uma reprodução do conhecimento, mais complexa do que a sua simples transmissão, ajuda a entender melhor o papel do jornalismo no processo de cognição social. Genro Filho (1987: 58) ressalva

O jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, mas reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais

que o jornalismo como gênero de conhecimento difere da percepção individual pela sua forma de produção: nele, a imediaticidade do real é um ponto de chegada, e não de partida. Esta ressalva é importante para se discutir os problemas do jornalismo como forma de conhecimento e de seus efeitos. No entanto, ao se fixar na imediaticidade do real, o jornalismo opera no campo lógico do senso comum e esta característica definidora é fundamental.

É o fato de operar no campo lógico da realidade dominante que assegura ao modo de conhecimento do jornalismo sua força, na medida em que essas mesmas noções pré-teóricas orientam o princípio de realidade de seu público. Em consequência, o conhecimento do jornalismo será forçosamente menos rigoroso do que o de qualquer ciência formal, mas, em compensação, será também menos artificial e esotérico.

O senso comum, como modo de conhecimento, não é tão democrático, uma vez que é repartido socialmente pelo simples fato do indivíduo não conhecer tudo o que é conhecido por seus semelhantes e vice-versa (Meditsch, 1997). A distribuição social de conhecimentos, então, não acontece somente em termos quantitativos (uns conhecem mais do que outros), mas também qualitativos (conhecem coisas diferentes). Cada campo de conhecimento tem um público específico, mas que não deve ser considerado pelo jornalista de edições não especializadas e diárias, como os jornais diários, que têm um público muito variado para ser atingido. A peculiaridade da informação jornalística é destinar-se a públicos mais ou menos heterogêneos. (Medistch, 1997).

Para Genro Filho, o modo de conhecimento produzido socialmente pelo

jornalismo apóia-se nas categorias hegelianas do universal, particular e singular:

O critério jornalístico de uma informação está indissolavelmente ligado à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se propõem, ou melhor, que são delineados ou insinuados pela subjetividade do jornalista. O singular, então, é a forma do Jornalismo, a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram superados. O particular e o universal são *negados* em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo”. (GENRO FILHO, 1987, p.63)

Um dos principais problemas do jornalismo como modo de conhecimento é a falta de transparência na apresentação de seu conteúdo. A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade, embora existam outros lados da realidade, na qual o público dificilmente terá acesso aos critérios que levaram o jornalista a escolher determinado ângulo. A peculiaridade da informação jornalística é destinar-se a públicos mais ou menos heterogêneos. Uma das características fundamentais da linguagem jornalística é a coerência. A coerência se caracteriza pela veiculação de sentidos por meio da articulação de elementos subjacentes a superfície textual e como para o interlocutores, eles constituem essa configuração que é capaz de veicular sentidos. “O sentido não está no texto, mas se constrói a partir dele, no curso de uma interação”. A unidade de sentido permite estabelecer uma relação entre os componentes, fazendo com que sejam vistos

A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade, embora existam outros lados da realidade, aos quais o público dificilmente terá acesso

como um texto e não como um amontoado aleatório de palavras (Koch, 1998).

Deste modo, os termos técnicos empregados nas matérias jornalísticas da área de economia comprometem essa interação das unidades de sentido por parte do leitor, o que prejudica a formação da coerência e, conseqüentemente, a compreensão da notícia e a reprodução do conhecimento. De acordo com Lage (2004, p.111), a Teoria da Cognição também sustenta que, para transmitir o conhecimento de determinado assunto, é preciso entender esse algo, isto é, construir um modelo mental dele. Um modelo mental é uma estrutura incompleta, aproximada e referida a um contexto cultural que é o cervo da memória.

Robert Park (1940, p.168-85) em seu texto “A notícia como forma de conhecimento”, descreve que a reação típica do indivíduo frente a uma notícia será, provavelmente, o desejo de repeti-la a alguém. Isso irá gerar a conversação, poderá despertar novos comentários e até uma discussão. Para que isso ocorra, a fonte é um dos primeiros cuidados a ser considerado pelo jornalista. Deve-se determinar a escolha das fontes e alguns critérios são considerados para tal: (a) oportunidade de ter acesso a ela; (b) produtividade da fonte, sendo que as fontes oficiais e as instituições são as preferidas, pois fornecem material suficiente para se fazer a notícia; (c) credibilidade, são consideradas as fontes as quais a informação precisa de um mínimo de controle; (d) a garantia, relacionada à honestidade da fonte; (e) a respeitabilidade, o que privilegia as fontes oficiais que ocupam posição de autoridade, pois julga-se que tenham mais credibilidade, principalmente em situações controversas, já que representam o ponto de vista oficial.

A escolha da fonte é definida pela necessidade de concluir a cobertura dentro dos prazos definidos pela redação, e, muitas vezes, o trabalho do jornalista acaba nas informações dadas por esta única fonte. O problema é que essa fonte, no caso da notícia econômica, é oficial, especialista na área. Isso exige um trabalho dobrado do jornalista, que, além de compreender o que está sendo dito pela fonte, deve traduzir essas informações da maneira mais clara possível para o público. Ao recorrer a fontes oficiais, o jornalista corre o risco de se envolver na terminologia usada por elas e simplesmente repeti-la em sua matéria no jornal, não fazendo uma adequação condizente com o nível de seu público.

Para Biondi (1974, p. 18), nas décadas de 60 e 70 atribuíam-se os pecados da imprensa às empresas jornalísticas ou à situação política e nenhuma responsabilidade ao profissional da imprensa, que “seria obrigado” a agir assim. Por outro lado, o jornalista salienta que o repórter tem um excesso de carga de trabalho e não tem tempo para estudar, se atualizar, pesquisar, ser criativo. Desse modo, o repórter acaba usando o *rele-ase* – material produzido pelas assessorias – e se torna dependente da fonte, uma vez que não tem tempo para estudar ou se inte-
ressar melhor sobre o assunto.

Segundo Caldas (2003: 58), a função de todo bom repórter é apurar, investigar, buscar fatos novos, não se conformar com a primeira versão dos fatos; checar, sempre checar. Especialmente no jornalismo econômico e político, em que o jogo de interesses tenta constantemente manipular as informações dadas aos repórteres, seja pela assessoria ou pela própria fonte. A transformação de um fato ou acontecimento em notícia jornalística é um processo que, para ocorrer,

O jornalista, além de compreender o que está sendo dito pela fonte, deve traduzir essas informações da maneira mais clara possível para o público

precisa passar por alguém que reúna os fatos, dentro de uma determinada ordem, definida segundo critérios, sejam de tempo ou de relevância; no caso, é o jornalista.

Perdas ou distorções podem ocorrer durante esse processo de intervenção jornalística de acordo com Kientz (1973: 85-108), quando o fato ou informação passa por uma caixa-preta. Segundo o autor, são quatro os processos de intervenção que podem ocorrer no interior dessa caixa preta:

(1) Filtragem da informação em função da originalidade: os fatos passam por um processo de seleção e somente alguns serão noticiados, pois nem todos os fatos são considerados notícias assim como nem todos os elementos de um evento farão parte da notícia, o que pressupõe um processo de filtragem.

(2) Tratamento da informação em função da inteligibilidade - esse processo relata a intervenção jornalística por meio da utilização de técnicas que possibilitem a compreensão da notícia pela média dos leitores. O fato é condensado em torno de algumas palavras-chave, mas muitos elementos podem ser incorporados para aumentar a redundância, como repetições e explicações, que sem trazer nada de novo, auxiliam o leitor numa melhor compreensão da mensagem.

(3) Tratamento da informação em função do grau de implicação: quanto mais distante a notícia, tanto psicológica como geograficamente do leitor, mais difícil de ser retida, mas algumas estratégias podem ser usadas para neutralizar o baixo grau de implicação como a valorização da notícia e a personalização do fato.

(4) Tratamento da informação em função da profundidade psicológica: as informações são retidas de acordo com o impacto que exercem nas profundidades psíquicas, atingindo as camadas inconscientes do leitor.

No tratamento da informação em função da inteligibilidade é que muitos jornalistas se afastam de sua função de intérprete da sociedade. O mesmo pensamento é compartilhado por Lustosa (1996: 81-87), quando afirma que a notícia do jornal deve conter obrigatoriamente bons elementos para permitir ao seu leitor uma reflexão e uma análise dos acontecimentos, explicando como tudo aconteceu e indicando no que poderá resultar o fato narrado. Lustosa salienta ainda que o texto da notícia deve ter quatro elementos essenciais para ser considerado um bom texto: a objetividade, a concisão, a precisão e a clareza. O autor também ressalta que a boa notícia deve oferecer ao leitor um exame analítico e uma reflexão sobre os acontecimentos.

Neste último aspecto é que se observa em muitos jornais, principalmente nas reportagens especializadas referentes à editoria de economia, que muitos textos não estão cumprindo seus objetivos. É comum a observação em jornais de circulação diária de matérias redigidas sem qualquer espécie de análise por parte do jornalista para uma facilitação da transmissão da informação para o leitor. Philip Meyer parte das constatações de que o número de habilidades necessárias à formação de um jornalista vem crescendo continuamente e de que os critérios tradicionais, de amor à verdade, disposição física e habilidade já não bastam na era da informação:

As profissões e atividades se interligam cada vez mais e é através do jornalismo que a informação circula, transposta para uma linguagem comum e simplificada

O mundo tornou-se tão complicado, tão intenso o incremento da informação disponível, que o jornalista tem que ser alguém que cria, e não só transmite, um organizador e não só um intérprete, alguém que junte os fatos e os torne acessíveis. Além de saber como redigir informações de imprensa ou como contá-las nos meios audiovisuais, deve descobrir como fazê-las chegar à mente de seu público. Em outras palavras, o jornalista tem agora que ser um administrador de dados acumulados, processador e analista desses dados (MEYER apud LAGE, 2004, p.142).

O entrave da linguagem da editoria de economia

Na prática, as profissões e atividades se interligam cada vez mais e é através do jornalismo que a informação circula, transposta para uma linguagem comum e simplificada, menos precisa, mas suficiente para a compreensão de determinado assunto. A informação torna-se matéria-prima fundamental e o jornalista um tradutor de discursos, já que cada especialidade tem jargão próprio e desenvolve seu próprio esquema de pensamento.

O processamento mental da informação pelo repórter inclui a percepção do que é dito ou do que acontece e a sua inserção em um contexto (o social e, além desse, toda informação guardada na memória e a produção de nova mensagem que será levada ao público a partir de uma estimativa sobre o tipo de informação que esse público precisa ou qual quer receber). Em suma, o repórter, além de traduzir, deve confrontar as diferentes perspectivas de selecionar fatos e versões que permitam ao leitor orientar-se diante da realidade (LAGE, 2004, p.23).

Segundo Lustosa (1996. p.131), o hermetismo do texto causa uma grande dificuldade de compreensão das matérias sobre economia pelos comuns mortais. Esse é o principal problema enfrentado pelo redator da editoria de economia. A utilização excessiva de números no esforço de traduzir os fenômenos divulgados fez a emenda sair pior que o soneto. No final dos anos 60, foram os jornalistas que apelidaram de *economês* a linguagem empolada e arrogante com que os economistas do Regime descreviam cenários e fenômenos macroeconômicos. Os próprios jornalistas que criticavam essa linguagem, porém, fizeram-na migrar para suas matérias. Primeiro, como declarações entre aspas e muitas vezes desacompanhadas de maiores explicações. Depois, como parte integrante do próprio texto dos jornalistas.

O fato é que, para não poucos jornalistas, lançar mão do jargão acaba sendo uma espécie de passaporte para uma suposta seriedade, um atestado de “estar por dentro”. Para Biondi, um dos males do jornalista econômico do fim da década de 60 e início dos anos 70 foi identificar-se demasiado com os porta-vozes, ser recebido e desfrutar do privilégio de obter para si as informações: “Para ele, mas não apara o leitor, para coletividade, para a opinião pública” (BIONDI, 1974, p.20).

Na medida em que as seções de economia se esqueceram de que estavam escrevendo para o público, para a coletividade, elas verificaram que não era necessário e, às vezes nem muito conveniente traduzir muito claramente os temas em debates. Segundo Biondi (1974, p.20), não é nem mesmo um problema de linguagem o que hoje se denomina de *economês*, mas um problema- não deliberado- de elitismo. No início dos anos

Para muitos jornalistas, lançar mão do jargão acaba sendo uma espécie de passaporte para uma suposta seriedade

70, Alberto Dines afirmava que:

O noticiário econômico abriu-se para a grande massa de leitores, mas paradoxalmente fechou-se na sua linguagem e abordagem graças à ascensão de uma nova classe de tecnocratas nas fontes de notícias, influenciando os profissionais com um jargão logo batizado de “*economês*” pelo jornalista Carlos Lacerda (DINES, 1974, p.85).

Desde os tempos do Delfim Neto, nos anos 70, criou-se uma supervalorização da análise macroeconômica. Não é mistificação recente, porque já tem história. Mas se trata de uma tendência recorrente na vida do país. Houve um período na história do jornalismo econômico em que se consagravam os gurus, quando bastavam duas ou três expressões do *economês* para se tornar poderoso.

A imprensa costuma relatar muito o oficial, colocando as declarações do que o presidente do Banco Central, por exemplo, disse, mas não se explica ao público o que realmente isso significa e, principalmente, quais as conseqüências que essa declaração trará na prática para os milhões de brasileiros. Para Lustosa (1996. p.131), os fatos econômicos sempre indicam situações que afetam a vida das pessoas, pois divulgam fenômenos ou medidas governamentais relacionadas com bens ou ganhos de uma parcela ponderável de pessoas.

De acordo com Marcondes Filho (2002. p.46), a notícia não clara deixará na mente do leitor apenas sinais, traços da informação. Ele não será capaz de recordar a matéria que acabou de ler e nem terá o conhecimento para aplicar essa informação adquirida em outros casos semelhantes. Foi-lhe negado o principal, o fio condutor:

É preciso decodificar as informações, decifrá-las, mesmo inverte-las, e é certo que quanto mais os jornalistas forem preparados, mas terão o sentido da espessura histórica das coisas, mais estarão ao abrigo dos erros. (GUILLAUMIN apud MARCONDES FILHO, 2002, p.63).

O autor ainda comenta que somente jornalistas mais competentes solicitam análises complementares, mas, no conjunto da imprensa, a tendência é a de se apoiar em si mesmos, um pouco como se o caráter casual, mesmo perigoso do mundo, fosse tal que a vontade de saber o menos possível a respeito dele prevalecesse sobre a de saber. Deste modo, os jornalistas dão sua contribuição à desinformação quando usam de termos indevidos, tendenciosamente minimizadores dos problemas ou, de modo exagerado, sobre sua periculosidade. Termos estes desconhecidos do público. Eles também contribuem para a desinformação quando se utilizam de recursos muito complexos como gráficos e tabelas com grande quantidade de números ou muito elaborados.

Desinformam também, quando na escolha de suas fontes optam pelas oficiais, especializadas, que não falam para o público leigo. O obstáculo à geração do conhecimento é ainda maior quando mesmo ao se basear em fontes oficiais, o jornalista não traduz ou explica esses dados para seu leitor, ouvinte ou espectador.

Pelo uso dos termos técnicos, o jornalismo econômico tenta se enquadrar na linguagem especializada, o que é comum na comunicação científica. Sendo assim, ele se aproxima, mas não se enquadra na primeira abordagem do conhecimento, pois essa tem a ciência como método único de conhecimento e também

Quando se considera o jornalismo como meio de conhecimento, o jornalista tem maior responsabilidade sobre a informação apurada e repassada ao público

perde seu espaço enquanto me diador entre as três abordagens do conhecimento. Essa indefinição se reflete, então, na ausência da distribuição do conhecimento e resulta no não cumprimento da função social jornalística.

Conclusão

Ao longo das mais de quatro décadas de jornalismo econômico, muitos jornalistas ainda têm dificuldade em compreender o papel de facilitadores que devem exercer para a sociedade. Não só os experientes, como os focas, que chegam às redações, mal saídos das faculdades, têm como preceito básico o uso de termos e palavras rebuscadas como forma de mostrar o quanto sabem. Quando se passa a considerar o jornalismo como meio de conhecimento, pode-se exigir do jornalista maior responsabilidade sobre a informação que esse apura e que repassa ao seu público.

A grande função social do jornalismo é transmitir com veracidade os fatos que acontecem na sociedade de uma forma clara, objetiva e precisa, que são princípios básicos da linguagem jornalística. Somente seguindo essas características da linguagem, associadas a uma boa apuração, recursos de angulação e entrevistas, que exemplificam muito bem o conteúdo a ser transmitido, é que se pode alcançar com sucesso a distribuição do conhecimento nas matérias de economia aos mais variados tipos de público.

Sobre a autora

Jornalista e mestrandia em ciência da informação pela UnB, com estudos sobre Jornalismo Econômico. Especialista em Linguística e Tradução pela UFMG, é também professora da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande e da Unigran de Dourados, MS.

Referências

- ALSINA, Miguel Rodrigo. La construcción de la noticia. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996.
- BAKHTIN, Mikhail. Estetika Slovesnogo Tvortchestva. Ut. Trad. Bras. Estética da Criação Verbal. São Paulo, Martins Fontes, 1992.
- BIONDI, Aloysio. A linguagem na reportagem econômica. In: Seminário de Técnica de Jornalismo, 1. Rio de Janeiro. ABI, 1974 (Coleção Comunicação Hoje).
- CALDAS, Suely. Jornalismo Econômico. São Paulo, Editora Contexto, 2003.
- DINES, Alberto. O papel do jornal: tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise. Rio de Janeiro, Artenova, 1974.
- ESTEVES, João Pissarra. Novos Desafios Para Uma Teoria Crítica da Sociedade in Revista de Comunicação e Linguagens, “Comunicação e Política”, Lisboa, Cosmos, nº 21-22, 1995.
- FILHO, Ciro Marcondes. A saga dos cães perdidos. Série Comunicação e Jornalismo. 2ª edição. Hacker Editores, 2002 São Paulo.
- GARCIA, José Luís Dader, 1992, El Periodista en el Espacio Publico, Barcelona, Bosch.
- GENRO FILHO, Adelmo. A ideologia da Marilena Chauí. In: Teoria e Política. São Paulo, Brasil Debates, 1985. p.69-88.
- GENRO FILHO, Adelmo. O Segredo da Pirâmide: para uma Teoria Marxista do Jornalismo. Porto Alegre, Editora Tchê, 1987.
- GOMIS, Lorenzo. Teoría del periodismo; cómo se forma el presente. Barcelona: Ediciones Paidós, 1991. 212p.
- GUILLAUMIN, Claude. Fault-il brûler les journalists? Paris, Eds. Julliar, 1994.
- HALL, S. The rediscovery of “ideology”: Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Wollacott (Eds.), Culture, society and the media. London: Methuen, 1982.
- HACKETT, Robert. Declínio de um Paradigma? A Parcialidade e a Objectividade nos estudos dos media noticiosos in Nelson Traquina (Org.), Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias, Lisboa, Veja, 1993.
- KOCH, Ingedore V. O texto e a construção dos sentidos. 2ª ed. São Paulo. Editora Contexto, 1998. 124p.
- LAGE, Nilson. A reportagem: Teoria e Técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Editora Record, 4ª edição. Rio de Janeiro, 2004.
- LAVOINNE, Yves. “Le journaliste saisi par la communication”. In: Martin, 1991, op.cit.
- LETRIA, José J. & GOULÃO, José. Noções de Jornalismo. 2 ed. Lisboa: Livros Horizonte, 1986.
- LUSTOSA, Elcias. O texto da notícia. Editora UnB. Brasília, 1996.
- MEDITSCH, Eduardo. O Conhecimento do Jornalismo. Florianópolis, Editora da UFSC, 1992.
- OLIVEIRA, Valdir de Castro. Os moinhos de papel: um estudo sobre a narrativa jornalística, o repórter e a cidadania na imprensa belorizontina. São Paulo: ECA/USP, 1996 (tese de doutorado).
- PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento. In: STEINBERG, Charles, (org.) Meios de comunicação de massa. São Paulo, Cultrix, 1940. p. 168-85.
- TRAQUINA, Nelson, 1988, As Notícias, in Revista de Comunicação e Linguagens, Jornalismo, nº8.
- TRAQUINA, Nelson, 1995, O Paradigma do Agenda Setting, Redescoberta do Poder do Jornalismo in Revista de Comunicação e Linguagens- Comunicação e Política, Lisboa, Edições Cosmos, nºs 21/22.
- VAN DIJK, Teun. News as Discourse. Ut. Trad. Esp. La Noticia como Discurso. Barcelona, Paidós, 1980.