

Notícia e informação no discurso midiático

*Eulália Isabel Coelho (Biba)*¹

RESUMO

O presente artigo traz uma abordagem conceitual sobre notícia, informação, referencialidade e credibilidade e traça reflexões acerca das concepções contemporâneas desses termos. O estudo visa a nortear a pesquisa “Violência: um discurso que a mídia cala”, que, pautada no paradigma da Dialética Histórico-Estrutural (DHE) fará uma análise dos discursos dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Zero Hora* e *Correio do Povo* com o intuito de observar os estereótipos utilizados pela mídia impressa no que diz respeito à violência.

Palavras-chave: Notícia. Informação. Referencialidade. Credibilidade. Mídia. Comunicação.

ABSTRACT

This paper brings a conceptual approach in order to define news, information, referentiality and credibility, and makes reflections about its meanings nowadays. The article intends to guide the research “Violence: a discourse the media quiets”, which, based on the DHE paradigm, will analyze the newspapers *Folha de S. Paulo*, *Zero Hora* and *Correio do Povo* discourses, based on stereotypes used by the media concerned to violence.

Keywords: News. Information. Referentiality. Credibility. Media. Communication.

A pesquisa “Violência: um discurso que a mídia cala”, adota como método de pesquisa a DHE, na medida em que esse método permite a investigação de questões culturais e ideológicas em uma contextualização histórica. Além disso, a DHE define com clareza os contornos do objeto de estudo, no caso, a cobertura policial de três veículos diários da mídia impressa nacional. A técnica empregada é a Análise do Discurso (AD).

Na AD adota-se a corrente francesa, evidenciando autores como Althusser ao trabalhar a categoria *ideologia*, destacando as noções de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIEs) e Aparelhos Repressivos de Estado (AREs); Foucault ao buscar-

1 Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Graduada em Jornalismo pela UFSM. Escritora, pesquisadora e professora de Cinema e Teorias da Comunicação, entre outras disciplinas, nos cursos de Comunicação Social da UCS. E-mail: eulalia_isabel@uol.com.br

se a categoria *poder*, nesse caso, intimamente relacionada à noção de violência; em Barthes embasamos a categoria cultura passando, também, pelas noções de *fait divers*. A noção de *jornalismo* é abordada a partir de Traquina. Usamos, ainda, alguns dos pressupostos estabelecidos por Bakhtin ao pensar as questões relacionadas à polifonia e, ao estudar as questões afetas à noção de *estereótipo*, recorre-se a Pêcheux.

Ao analisarmos a violência na mídia impressa, buscando sinalizar seus efeitos discursivos, como no estudo “Violência: um discurso que a mídia cala”, faz-se necessário compreender mais profundamente conceitos básicos do Jornalismo, tais como: notícia, informação, credibilidade e referencialidade.

Assim, procuramos deslindar tais conceituações buscando-as em autores fundamentais para o conhecimento da Comunicação. Sabemos que a linguagem não é um simples suporte para a transmissão da informação. “É o que permite construir e modificar as relações entre interlocutores, seus enunciados e seus referentes”, conforme Maingueneau (1989, p. 20). Sabemos, também, que o entorno midiático exige do sujeito-leitor uma capacidade minimalista, suficiente para captar as evidências, uma vez que não se aprofunda nas causas e não aponta para as consequências, embora dê essa falsa impressão em muitos casos mais pelo alarde do que pela investigação adequada.

A notícia para esse sujeito-leitor é apenas um interdito, algo que se move entre tantas outras instâncias, dando-lhe a ideia de completude, sendo os temas tratados apenas rasteiramente, quando não, inadequadamente. Relatos espetacularizados, como o Caso Isabella, em 2008, nos fornecem subsídios para tentar encontrar o sentido que leva acontecimentos terríveis a um grau tão alto de exposição midiática.

O discurso da mídia impressa diante da violência, mote desta pesquisa, engendra falácias e ejeta incongruências, quando desinstala a fonte de sua competência como tal, e unicamente a submete ao jargão, ao clichê, ao estereótipo. Ouve-se o discurso oficial enquanto o das vítimas muitas vezes é sonogado. Talvez aqui possamos pensar no *highlighting*, que se traduz numa maneira semelhante de captar, codificar e memorizar informações recebidas. Seria nada menos que a seleção dos aspectos salientes de um acontecimento, ação ou personagem, “que se obtém anulando os aspectos previstos e tudo o que não pareça ser suficientemente importante, novo, dramático. (WOLF, 1995, p. 220).

A base da trama

Hohenberg (1981) afirma que é impossível conceituar notícia porque o conceito varia em função do veículo. “Para os matutinos é o que aconteceu ontem; para os vespertinos, o fato de hoje. Para as revistas, o acontecimento da semana passada. Para as agências noticiosas, emissoras de rádio e televisão, é o que acabou de ocorrer.” (1981, p. 68). Para o estudioso as características da notícia são precisão, interesse e atualidade. A essas qualidades deve-se acrescentar uma quarta, a explicação. “Qual a vantagem de um noticiário preciso, interessante e atual, se os leitores não o entendem?”, indaga Hohenberg (1981, p. 69).

Como forma de conhecimento, a notícia, segundo Park, “não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, mas do presente. Pode-se dizer que a notícia só existe nesse presente”. E prossegue:

Essa qualidade transitória e efêmera é da própria essência da notícia e está intimamente ligada a todos os outros caracteres que ela exhibe. Tipos diferentes de notícias vivem um período diferente de tempo. Na mais elementar de suas formas, o relato de uma notícia é um mero lampejo a anunciar que um acontecimento ocorreu. (1993, p. 175).

Nesse sentido, podemos nos perguntar: o que faz um acontecimento qualquer ganhar o estatuto de notícia? Notícia é o fato? “Notícia seria o ‘anormal’, aquilo que é contrário à ordem habitual das coisas, contrário às normas”. (MOTTA, 2002, p. 308). Ou seja, para um acontecimento conquistar estatuto de notícia, teria que representar “um rompimento com a ordem natural das coisas, um desvio do comportamento esperado. Mas é somente esse caráter de transgressão que transforma um acontecimento em notícia? Não é o que diz a literatura”, afirma Motta (2002, p. 308).

A definição de notícia como desvio é compartilhada por Erbolato. O autor utiliza uma definição, que editores repassavam aos focas: “Se um barril cair do Pão de Açúcar, não é notícia. Mas, se dentro dele houver um homem, isso sim será notícia.” (1979, p. 49). No livro, Erbolato resume outros conceitos, que também julga insatisfatórios, estruturados por Stanley Johnson e Julian Harris:

- Notícia é o relato de um fato recentemente ocorrido, que interessa aos leitores.
- Notícia é o relato de um acontecimento publicado por um jornal, com a esperança de, divulgando-o, obter proveito.
- Notícia é tudo quanto os leitores querem conhecer sobre um fato.
- Qualquer coisa que muitas pessoas queiram ler é notícia, sempre que seja apresentada dentro dos cânones do bom gosto e das leis da imprensa. (ERBOLATO, 1979, p. 49).

Embora a definição de notícia sempre esteja ligada ao fato, apenas uma pequena parte do que acontece diariamente vai parar nas páginas dos jornais, em sites da internet, no rádio ou na televisão. “A maior parte das atividades dos homens não são registradas pelos jornais. Milhares de pessoas vivem semanas, meses e anos sem tomar parte em acontecimentos noticiáveis.” (ERBOLATO, 1979, p. 50). É prudente afirmar que esses milhares formam uma massa segregada? De certo modo sim, se pensarmos que os jornalistas são os grandes responsáveis pela “escolha” das notícias.

Para adquirir o estatuto de notícia, portanto, o fato necessita ter os atributos chamados valores-notícia, assim designados por Wolf: a) substantivos; b) relativos ao produto; c) relativos ao meio; d) relativos ao público; e e) relativos à concorrência. “Os valores-notícia operacionalizam as práticas profissionais nas redações, sugerindo o que deve ser escolhido, omitido, realçado.” (MOTTA, 2002, p. 308).

Nesse ponto, é interessante destacar os quatro critérios substantivos elencados por Wolf (1995, p. 180-184), importantes sob o aspecto do conteúdo que passa a ocupar os diferentes meios de comunicação: a) o grau e o nível hierárquico dos indivíduos envolvidos; b) o impacto sobre a nação e os interesses nacionais; c) a quantidade de pessoas envolvidas; e d) a relevância e o significado quanto ao futuro. Ou seja, para o fato virar notícia, são necessários vários pré-requisitos. O que ocorre é que nem sempre esses são levados em conta pelo jornalista, apressado em construir a notícia. Nesse processo, muito se perde de substancial e pouco se ganha em termos de probidade.

Nesse sentido, Lewin salienta que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação está dependente do fato de algumas áreas dentro dos canais funcionarem como *gates*. Lewin afirma que certos setores dos *gates* são regidos ou por regras imparciais ou por um grupo “no poder” tomar a decisão de “deixar entrar” ou de “rejeitar”. (WHITE apud TRAQUINA, 1993, p. 142). Assim, o sujeito-leitor lê o que lhe é adequado segundo um grupo que produz as notícias depois de averiguar sem aprofundamento os fatos tomados como relevantes.

Para Traquina as decisões tomadas pelo jornalista, no processo de produção de notícias [*Newsmaking*] só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato – o da organização para a qual ele ou ela trabalham. (1993, p. 169). As notícias, dessa forma, são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Matéria-prima são os fatos que ocorrem no mundo cuja noticiabilidade introduz, nessa, práticas estáveis que são por natureza variáveis, segundo Motta (2002).

Wolf (1995) explica que a organização do trabalho jornalístico está orientada para captar mais os acontecimentos pontuais, que representam ruptura, do que os constantes, que representam permanência, estabilidade. Que acontecimento é esse?

O acontecimento que Adriano Duarte Rodrigues chama de referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia de signos, uma espécie de ponto zero da significação. Segundo ele, é acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície da história dentre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. (MOTTA, 2002, p. 312).

O que irrompe, contudo, nem sempre é o melhor “produto”, se pensarmos na notícia com a lógica do consumo, assunto tratado com precisão por Medina (1998, p. 118) para quem o jornalismo está inscrito na indústria cultural e, por isso, “aproveita fórmulas verbais experienciadas numa tradição histórica”.

O fio que tece

Se os estudiosos têm dificuldade para conceituar notícia, algo não muito diferente ocorre em relação ao que se denomina hoje informação. A raiz etimológica do termo equivale “a dar forma”. Segundo Xifra-Heras (1973), no texto “A informação cotidiana”:

Informar é dar uma forma ou um suporte material a uma vivência pessoal ou a uma imagem mental do emissor; mas não é só isso. O suporte ou forma necessita de associar-se a uma série de signos ou símbolos convencionais que objetivam tal forma, de modo a torná-la transmissível. O sujeito ativo transforma a imagem mental formalizada (mensagem) numa série de signos (codificação) que se transmitem para serem decifrados e interpretados pelo sujeito receptor. (p. 25).

Xifra-Heras admite que uma conceituação precisa de informação é difícil, por isso a alternativa é se utilizar de exemplos. Citando Brajnovic, ela afirma que informação é

o conjunto de formas, condições e atuações para levarmos ao público os eventos do saber, de fatos, de especulações, de ações e projetos, tudo isso mediante uma técnica especial, realizada com este fim e utilizando os meios de transmissão da Comunicação Social. (1973, p. 25).

Outro exemplo usado pelo autor tem como base o trabalho de Clause, para quem a informação é uma das quatro funções da comunicação intelectual, ao lado da formação, expressão e pressão: “A informação é a pura e simples relação de fatos (situação, ação, pensamento) em todos os domínios.” (XIFRA-HERAS, 1973, p. 25).

Xifra-Heras se aprofunda nesse trabalho e utiliza o termo “informação cotidiana” para se referir ao jornalismo. Diz que a informação cotidiana:

refere-se ao conjunto de acontecimentos que se sucedem ininterruptamente; transmite os fatos, os conhecimentos e a cultura em seu devir: na soma, sempre renovada, das mensagens que emitimos sem cessar, no fluxo alimentador “que atualiza a comunicação humana no espaço e a perpetua no tempo” e que, segundo afirma Vouyenne, “une os indivíduos e os grupo de um modo permanente e cada vez mais universal” (1973, p. 32).

Para o autor, o jornalismo alimenta-se dessa busca por informação e da curiosidade das pessoas em “saber o que acontece em torno da nossa existência diária.” (XIFRA-HERAS, 1973, p. 32). Ao jornalista, cabe a tarefa singular de evidenciar os fatos. “O repórter em busca da realidade. Com sua sensibilidade. Com sua insensibilidade. Em nome de uma empresa jornalística. Ouvindo histórias das vidas dos outros. Sugando os outros, a única coisa que eles têm”. (FAERMAN, 1979, p. 148). É dentro de contradições que podemos ver a figura do repórter e dos acontecimentos, de sua busca factual e do conceito de realidade. Esse repórter quer a informação. Mas como ela se apresenta?

Na busca por uma definição de informação, é importante salientar que o termo tem uso restritivo. Wurman entende que só pode ser aplicado “àquilo que leva à compreensão”. O autor faz uma distinção importante entre o dado e a informação. “O que constitui informação para uma pessoa pode não passar de dados para outra.” (1995, p. 43). Ou seja, o processo que resulta na informação só se concretiza quando a mensagem é devidamente decodificada pelo receptor.

Davenport e Prusak inserem a informação como meio-termo entre dado e conhecimento. Na definição deles, dados são “simples observações sobre o estado do mundo”; informação, “dados dotados de relevância e propósito”; e conhecimento, “informação valiosa da mente humana, inclui reflexão, síntese, contexto”. E concluem: “Informação, além do mais, é um termo que envolve todos os três, além de servir como conexão entre os dados brutos e o conhecimento que se pode eventualmente ter.” (1998, p. 18).

Para Robert de Beaugrande, citado por Bouissac no livro *Comunicação na era pós-moderna*, o termo informação “pode ser usado não para designar o conhecimento que fornece o conteúdo da comunicação, mas a novidade ou variabilidade de uma certa ocorrência e a sua probabilidade relativa se comparada com outras alternativas.” (RECTOR; NEIVA, 1995, p. 70).

A informação, no que concerne à mídia, tem sido abordada por teorias comunicacionais. Um desses trabalhos, célebre, é o modelo comunicacional proposto por Shannon e Weaver, em 1949, assim descrito por Eco, citado por Wolf:

Em cada processo comunicativo existe uma fonte a partir da qual é emitido um sinal, através de um aparelho transmissor, esse sinal viaja através de um canal ao longo do qual pode ser perturbado por um ruído. Quando sai do canal, o sinal é captado por um receptor, que o converte em mensagem que, como tal, é compreendida pelo destinatário. (1995, p. 101).

A grande virtude da Teoria da Informação é que o modelo pode ser aplicado em diferentes processos comunicacionais, como cita Wolf: se verifica entre duas máquinas, entre dois seres humanos e entre uma máquina e um ser humano. O ponto frágil é que o modelo, sustenta Eco, mede apenas a quantidade da informação, não a qualidade (BARROS, 1995). A Teoria da Informação foi desenvolvida a partir de um estudo técnico de telefonia, mas, segundo Primo (2007, p. 73), “foi logo generalizada para o estudo da comunicação humana. Contudo, foi nas pesquisas sobre comunicação de massa que o modelo transmissionista da Teoria da Informação se afirmou com toda força”. Para Primo essa perspectiva reduz a comunicação à transmissão de informações e logo foi articulada com a tradição behaviorista da psicologia. “Desperdiçada a sua complexidade, a comunicação é reduzida à emissão de informações (estímulo) e à reação do receptor (resposta).

Qualidade do tecido

A notícia, para Genro, é a unidade básica de informação do jornalismo. São os fatos jornalísticos, objeto das notícias, que constituem a menor unidade de significação. (1987, p. 186). “O jornalismo é, em certo sentido, uma espécie de “simulação” da imediatividade, já que a realidade distante é reconstituída enquanto singularidade.” (GENRO FILHO, 1987, p. 135). Assim, no jornalismo, temos uma linguagem indicial que envolve contiguidade diferente daquela que está na base da linguagem cotidiana. É verdade, como diz Lage, que a comunicação jornalística é, por definição, referencial, isto é, fala de algo do mundo exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. “Isto impõe o uso quase obrigatório de terceira pessoa” (1985, p. 39), que para Rodrigues (1993, p. 217) “é a forma verbal da não-pessoa”.

A linguagem do jornalismo é, portanto “referencial”, na medida em que fala de algo que, de fato, é concretamente exterior tanto ao emissor quanto ao receptor individualmente considerados. (GENRO FILHO, 1987, p. 135). Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos obedecendo a

determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas, sugere Genro. “Quando o real se impõe, a notícia tende mais para o registro e a objetividade (*hard news*). Quando prevalece o enunciador, a narrativa se revela com toda a sua liberdade de criação (*soft news*)”, explica Motta (2002, p. 318). Uma das funções comunicacionais mais importante do discurso midiático, além da função referencial, que consiste em dar conta dos acontecimentos que ocorrem no mundo, é a função fática, que consiste na manutenção do contato com o público, registra Rodrigues (1993).

“Ao relatar um acontecimento, os *media*, além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo.” (RODRIGUES 1993, p. 31). Essa mediação do real transita pelo campo dos meios de comunicação de massa reforçando a ordem estabelecida e o *status quo*.

“Toda reprodução da cultura é realizada em função dos meios eletrônicos de comunicação (TV, rádio, cinema, etc.), que passam a orquestrar todo o processo em virtude de sua abrangência e dinamismo.” (GENRO FILHO, 1987, p. 97). Segundo o autor, existe uma tendência crescente à padronização e homogeneização das manifestações culturais e artísticas, sendo superada a espontaneidade da criação e da relação entre o jornalista e o público. “Finalmente, cabe registrar que, ao ser publicada, a notícia ganha estatuto de um novo real, passando ela própria a significar.” (MOTTA, 2002, p. 318).

Notícia pode ser o fato, a versão do fato ou o metafato.

Ela varia entre o que é real, o que é simbólico, até o que é super-simbólico. Entre outras palavras, na notícia, o fato significa a notícia, enquanto novo fato constrói o seu próprio sentido, e a publicação cotidiana de notícias ajuda a construir as imagens culturais que edificam todas as sociedades. (MOTTA, 2002, p. 319).

O meta-acontecimento não é regido pelas regras do mundo natural, mas pelas regras do mundo simbólico, articulando as instâncias enunciativas do sujeito (repórter) e do objeto (o fato), os agentes e os atores.

É a instituição midiática que desempenha, nas sociedades modernas, esse papel estratégico de composição e de consequente cimento homogeneizador da vida coletiva, explica Rodrigues (1993). Nela vem refletir-se, como num espelho, a diversidade das funções pedagógicas, simbólicas, mobilizadoras e reparadoras das restantes instituições. Para ele a instituição midiática desempenha uma função especular em relação às outras instituições sendo indispensável para a homogeneização das sociedades modernas.

Nesse contexto, informação seria aquilo que os jornalistas buscam por si mesmos, que não ganham de graça, que dá trabalho e que se torna notícia pela sua própria natureza, diz Marcondes Filho (2000). “A notícia é uma mercadoria curiosa. Vista de um ponto de vista temporal, é definida pela sua qualidade efêmera e transitória.” (PARK, 1963, p. 127-141).

Baudrillard (1997, p. 80) afirma que “por trás de cada informação, um acontecimento desapareceu; sob a cobertura da informação um a um os acontecimentos nos são retirados”. Isso nos faz lembrar o “ofuscamento do saber”, a “falsa clareza” de que falaram Adorno e Horkheimer em seus estudos críticos.

Ramonet (1999, p. 31) explica que existe um “efeito paravento”, no qual um evento desbota outro. Para Bordieu (1997, p. 24) a realidade é mostrada de forma distorcida, mascarando alguns elementos dos fatos. A isso o autor chama “ocultar mostrando”. Esse discurso reflete aquilo que Kellner (2001, p. 106) exemplifica como “manipulação de temores e fantasias”, cujo discurso noticioso é substituído por um tipo de “discurso publicitário”, sem aprofundamento, desprovido de reflexão. Seria essa uma concepção materialista da vida, sob aspectos vigentes de uma sociedade voltada ao consumo fácil.

“Efeito do real” é a expressão empregada por Barthes para designar o resultado das estratégias dos discursos realistas, aqueles que, na busca de testemunho para o seu testemunho, recorrem a uma realidade em cuja construção colaboram. “Há na linguagem estratégias que promovem o efeito do real, encarnando a referencialidade em procedimentos discursivos.” (RAMONET, 1999, p. 25). Como afirma Kristeva (1980, p. 14), “quem diz linguagem diz demarcação, significação e comunicação”. A autora explica que, nesse sentido, todas as práticas humanas são tipos de linguagem, visto que têm a função de demarcar, de significar, de comunicar.

Segundo Barthes (apud GOMES, 2000), existem pelo menos três estratégias que criam o “efeito de real”: os índices, significantes que delineiam o caráter de uma personagem, sua identidade, atmosfera, estado de espírito, por exemplo, testemunho de vizinhos e familiares diante de um acontecimento; os informantes – que são significantes que servem para situar no espaço e no tempo – e as catálises, funções cronológicas por meio das quais se operam a distensão e a compressão temporal presentes no tempo da narrativa.

Assim é que, para Gomes (2000, p. 30) as palavras como *verdade* e *verdadeiro* vêm sobrepor-se *verossímil* e *credibilidade*. “O verossímil encontra-se em direta relação

ao efeito de real discursivamente construído. E credibilidade, hoje [sic] a palavra-chave em todas as instâncias sociais, é sua contrapartida na ausência de uma Verdade em plenitude.” É no jogo da suposta referencialidade que o jornalismo ajusta a credibilidade.

Trata-se mesmo da construção da verossimilhança como podemos constatar na torção de elementos que vêm dar testemunho: a matéria sobre um ato do governo que tem respaldo numa foto de contexto (a Praça dos três Poderes), a matéria sobre um acidente que mostra restos do acidente. (GOMES, 2000, p. 30).

Para Rodrigues o discurso não é uma das funções entre outras da função midiática, é o seu principal produto, resultado final do seu funcionamento. “A mídia produz discursos como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios. É claro que a mídia desempenha outras funções, mas todas elas têm o discurso o seu objetivo e a sua expressão final.” (RODRIGUES, 1993, p. 217).

O discurso midiático, continua Rodrigues, flui de maneira constante e ininterrupta, encadeia enunciados que se apresentam habitualmente de forma acabada, escondendo os seus processos de gestação.

Para Foucault (1986) o enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente.

Trata-se de um acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado a um lado, de um gesto de escrita ou à articulação de uma palavra, mas, por outro, abre para si mesmo uma existência remanescente no campo de uma memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros, ou de qualquer forma de registro, em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam e a conseqüências por ela provocadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem. (p. 57).

Kelner (2001) entende que a cultura da mídia – que é a cultura da sociedade – traduz uma ampla dependência entre comunicação e cultura.

Através desta interrelação, divulga determinados padrões, normas e regras, e ensina o que é bom e ruim, o que é certo e errado; ajuda a formar identidades, fornece símbolos, mitos e estereótipos, através de representações que modelam uma visão de mundo de acordo com a ideologia vigente. (s.p.).

Desse modo, entende-se que o jornalista raramente *descobre*. “No melhor dos casos, ele encontra, e no pior, ele encontra aquilo que buscava. Há um nome para

isso: ideologia. A ideologia é quando as respostas precedem as perguntas, descrevia o filósofo Althusser (1974).

Ciro Marcondes Filho, em *A saga dos cães perdidos*, afirma que o clichê constrói antecipadamente a notícia. “Jornalistas não partem para o mundo para conhecê-lo, ao contrário, eles têm seus modelos na cabeça e saem pelo mundo para reconhecê-los (e reforçá-los). (2000, p. 109).

Segundo esse mesmo autor, a ideologia da transparência é, assim, a resposta atualizada do jornalismo aos novos tempos de “visibilidade total”. (2000, p. 112).

(Disponível em www.ucpel.tche.br/rponlinee/artigo1.doc, acessado em 9/8/2008).

Referências

- ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos do Estado*. Porto: Presença, 1974.
- BARROS, Clóvis de. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1995.
- BARTHES, Roland et al. *Novas perspectivas em comunicação 3: literatura e semiologia*. São Paulo: Vozes, 1972.
- BOUISSAC, Paul. Informação versus Significação: da ecologia como utopia semiótica à evolução cósmica como entropia. In: RECTOR, M.; NEIVA, E. *Comunicação na era pós moderna*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.
- DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurance. *Conhecimento empresarial*. São Paulo: Ed. Campus, 1998.
- ERBOLATO, Mario. *Técnicas de codificação em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 1979.
- FAERMAN, Marcos. *Com as mãos sujas de sangue*. São Paulo: Global, 1979.
- FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GOMES, Mayara Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Edusp, 2000.
- HOHENBERG, John. *O jornalismo profissional*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.
- KELNER, Douglas. In: CRUZ, Fábio Souza da. *Mídia e violência*. 2001. Disponível em: www.ucpel.tche.br/rponlinee/artigo1.doc. Acesso em: 23 set. 2008.
- KVISTEVA, Julia. *História da linguagem*. Rio de Janeiro: Edição 70, 1980.
- LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 1985.

- MARCONDES FILHO, Ciro. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências da análise do discurso*. Campinas: Ed. da Unicamp; Pontes, 1989.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. O que faz um acontecimento ganhar estatuto de notícia? In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: EdUnB, 2002.
- PARK, Robert. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: EdUnB, 2002.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECTOR, Mônica; NEIVA, Eduardo (Org.). *Comunicação na era pós-moderna*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- VALENTIM, Marta Lúcia Pontim. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. *Revista da Ciência da Informação*, v. 3, n. 4, 2002. Disponível em: http://www.dgz.org.br/Ago02/Art_02.htm. Acesso em: 19 ago. 2008.
- XIFRA-HERAS, Jorge. *A informação: análise de uma liberdade frustrada*. Rio de Janeiro: Lux, 1973.
- XIFRA-HERAS, Jorge. *A informação cotidiana*. 1973. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0014.htm>. Acesso em: 28 set. 2008.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.