

A Escolha dos Editores e o Gosto Popular: Os Valores-Notícia Presentes nas Notícias Destaque e nas Notícias Mais Lidas no Site Campo Grande News¹

Elton Tamiozzo de OLIVEIRA²

Eduardo Perotto BIAGI³

Greicy Mara FRANÇA⁴

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Definir o que é notícia e quais são os critérios utilizados pelos produtores – jornalistas, editores, donos de veículos de comunicação – para selecionar o que deve ser noticiado é parte deste artigo que analisa quais são os valores-notícia presentes nas notícias que recebem destaque e nas notícias mais lidas pelo público no site Campo Grande News. Durante a análise dos dados coletados entre 15 e 27 de janeiro de 2015 foi possível constatar que nas Notícias Destaque, selecionadas pelos editores, apesar das notícias que envolviam Negativismo/Desgraça - tragédias, assaltos, crimes, violência, etc. - serem maioria, existe um equilíbrio um pouco maior em relação aos valores-notícia presentes, mas que nas notícias Mais Lidas, ou seja, as que a classificação depende exclusivamente do leitor, mais da metade das notícias elencadas continham estes valores-notícia.

Palavras-chave: Ciberjornalismo; Valores-notícia; Critérios de noticiabilidade; Sites de notícia.

Introdução

A notícia é parte central do modelo de comunicação de massas liberal (ALSINA, 2009), uma construção, que por meio de uma “guerra de linguagens” (BARTHES, 1988, p. 103) ordena e dá regularidade ao cotidiano das massas.

As notícias, servem, de acordo com Kovack e Rosenstiel (2004, p. 31), para “fornecer aos cidadãos informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”. Pena (2006, p. 23) tem visão próxima quando afirma que “a natureza do jornalismo está no medo do

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluno do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: eltontamiozzo@msn.com

³ Aluno do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: adobiagi@gmail.com

⁴ Doutora em Comunicação Social pela UMESp. Professora do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e coordenadora geral do Núcleo de Jornalismo Científico e do Núcleo de Comunicação em Saúde e Meio Ambiente da UFMS. E-mail: greicymara@hotmail.com.

desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer, e assim, acreditar que pode administrar a vida de forma mais estável e coerente”.

Portanto, entender o que é notícia e como é feita a seleção das notícias se faz importante. Martinez Albertos (1997)⁵ define notícia como um “fato inédito ou atual, de interesse geral, e que é comunicado a um público que pode ser considerado massivo, uma vez que foi analisado, interpretado e valorizado, pelos sujeitos promotores” e Herraiz (1996, p. 19)⁶ define notícia como sendo “o que os jornalistas acham que interessa aos leitores, portanto, a notícia é o que interessa aos jornalistas”.

A coincidência nas definições está em que o fato a ser noticiado está na dependência do que os jornalistas, editores e proprietários dos veículos de comunicação – todos que participam do processo – entendam, ou tenham interesse, que seja noticiado. A partir desse pressuposto o questionamento natural é saber qual o processo que ocorre entre um fato acontecer e ele vir a se tornar notícia, ou seja, quais são os critérios de seleção noticiosos utilizados.

Critérios de Noticiabilidade

Para Traquina (2003) mesmo os profissionais do jornalismo têm dificuldade em explicar o que é notícia e como é feito o processo para a seleção do que deve, ou não, ser noticiado. Moretti (2003) acredita que é merecedor de ser contado um fato que viola uma norma – moral, probabilística ou as duas juntas – e é incomum.

Para buscar respostas, os pesquisadores têm estudado e identificado quais são os atributos presentes em fatos cotidianos que fazem com que eles se tornem notícias. Os atributos, também chamados de valores-notícia, são como “linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público” (WOLF, 1995, p. 203). Porém, esse conjunto de elementos, como afirma Sousa (2002), é temporal e está relacionado ao público consumidor de notícias.

[...] os critérios são, essencialmente, de índole social, ideológica e cultural, embora não exclua a ação pessoa. Talvez devido a essa multiplicidade de forças conformativas, os critérios de noticiabilidade não são rígidos nem universais. Entretanto, são, frequentemente, de natureza esquiua, opaca e,

⁵ *apud* ALSINA, 2009, p. 35

⁶ *apud* ALSINA, 2009, p. 255

por vezes, contraditória, e funcionam conjunta e inter-relacionadamente em todo o processo de fabricação/construção das notícias, dependendo da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao caos. (SOUSA, 2002, p. 95)

Ratificando a afirmação feita por Sousa (2002), a tabela elaborada por Gislene Silva (2005, p. 11) elenca uma série de valores-notícia indicados por diversos autores, e explicita a diversidade e a multiplicidade de variáveis que vem ser consideradas.

Tabela 1 - Elenco de valores-notícia

STIELER: novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo.
LIPPMAN: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
BOND: proeminência, raridade, interesse nacional, interesse pessoal/econômico, injustiça, catástrofe, interesse universal, drama, número de pessoas afetadas, grande quantia de dinheiro, descobertas/invenções e crime/violência.
GALTUNG & RUGE: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
GOLDING & ELLIOT: drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites e famosos.
GANS: importância, interesse, novidade, qualidade e equilíbrio.
WARREN: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.
HETHERINGTON: importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual/crime, número de pessoas envolvidas, proximidade e visual bonito/atrativo.
SHOEMAKER ET AL: oportunidade, proximidade, importância/impacto, consequência, interesse, conflito/polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência e novidade/curiosidade/raro.
WOLF: importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas e relevância quanto à evolução futura.
ERBOLATO: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo/idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/invenções, repercussão e confidências.
CHAPARRO: atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade e surpresa.
LAGE: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana.

Apesar da diversidade, é possível perceber a recorrência de alguns valores-notícia, como Proximidade, Atualidade/Novidade, Negativismo, Surpresa/raridade, e o envolvimento de pessoas famosas/de elite. Proximidade não é somente a proximidade geográfica, e deve-se considerar também “efeitos psicológicos de identificação e envolvimento afetivo” (ALSINA, 2009, p. 150)

Notícias na Internet

Jornalismo e tecnologia sempre estiveram ligados. Baldessar (2005, p. 2) reafirma esse posicionamento quando diz que “os aparelhos de rádio, televisão, fotografia e os equipamentos para produzir materiais para estes suportes estão ligados a tecnologia”. Postman vai além e credita a existência das “notícias do dia” ao telégrafo.

Não quero dizer que coisas como incêndios, guerras, assassinatos e amor não existiam antes [...] O que digo é que, sem a tecnologia para as anunciar, as pessoas não saberiam e, portanto, não as incluíam em seu fazer cotidiano. A informação simplesmente não existia como parte do conteúdo da cultura. Essa ideia – que existe um conteúdo denominado “as notícias do dia” foi criada totalmente pelo telégrafo (e desde então ampliada por novos meios), que possibilitava a transmissão descontextualizada a grandes distâncias e a uma velocidade incrível⁷ (POSTMAN, 2001, p. 11-12).

A mais recente tecnologia a impactar o fazer jornalístico foi a internet. Historicamente nova, cerca de 20 anos considerando o primeiro ambiente gráfico, o Mosaic⁸, já alterou o cotidiano de grande parte da população e tem grande representatividade na mídia consumida – a internet tem penetração⁹ em 57% da população, frente a 97% da Televisão, 71% do Rádio, 51% do Jornal impresso 51% e 46% da Revista¹⁰. Também é grande o tempo dedicado na relação com a internet, cerca de 34 horas por mês, de acordo com o Centro de Estudo sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (CETIC)¹¹.

⁷ *No quiero decir que cosas como incêndios, guerras, asesinatos y amor no existiesen antes [...] Lo que digo es que, sin la tecnología para anunciarlas, la gente no se enteraba y por lo tanto no las incluía en su quehacer cotidiano. Tal información simplemente no podía existir como parte del contenido de la cultura. Esta idea – que hay un contenido denominado “las noticias del día” fue criada totalmente por el telégrafo (y desde entonces ampliada por nuevos medios), que possibilitaba la transmisión descontextualizada a vastos espacios y a una velocidad increíble.* (POSTMAN, 2001, p. 11–12). Tradução dos autores.

⁸ Primeiro navegador gráfico, criado em 1993 (FERRARI, 2004)

⁹ Quantidade de pessoas ou lares atingidos por um meio. Disponível em <<http://comercial2.redeglobo.com.br/midiakit/Pages/dicionarioMidia.aspx>>. Acesso em jun. 2014

¹⁰ Mídia Dados Brasil 2014. Disponível em <<http://gm.org.br/midia-dados>> Acesso em jan. 2015

¹¹ Departamento que faz parte do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI-BR). Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-01-2012.htm>>. Acesso em jun. 2014

As informações jornalísticas atualmente estão distribuídas entre os meios de comunicação citados acima, e a população busca essas informações quando acha necessário. O jornalismo que se faz para a internet ainda apresenta variações porque “ainda existe confusão conceitual e discussão acadêmica em relação aos termos” (PALACIOS, 2003, p. 2), mas é mais comumente chamado de ciberjornalismo.

Grandes possibilidades desse jornalismo são a interatividade com o leitor e a mensuração. A interatividade pode acontecer quando o usuário escolhe como lerá a notícia – imagem, vídeo, áudio, texto, na ordem que quiser -, quando ele participa do processo de produção - enviando fotos ou vídeos-, ou quando participa do processo de distribuição, compartilhando conteúdos com sua rede de contatos.

Em relação a mensuração, atualmente pela internet é possível saber quantas vezes a notícia foi lida, quantas pessoas diferentes leram a notícia, quantas vezes a notícia foi compartilhada – distribuída – pelos leitores, entre outras informações.

Essa mensuração torna possível fazer um comparativo entre as notícias que recebem destaque pelos jornalistas ou editores de determinado veículo e quais são as mais lidas pelo público consumidor de notícias, traçando um paralelo entre o que os jornalistas acreditam ser importante e o que o público considera importante.

A Publicação das Notícias na Página do Campo Grande News

Na capital sul–mato–grossense destacam–se dois portais de notícias que concentram grande parte da audiência e da atenção do público, o Midiamax News¹² e o Campo Grande News¹³.

O Mídiamax News afirma que recebe aproximadamente dois milhões de visitantes únicos por mês¹⁴, mas não apresentou dados que comprovassem esse acesso. O Campo Grande News ofereceu acesso a tela inicial do Google Analytics¹⁵, e foi possível constatar que o site recebe cerca de um milhão e trezentos mil visitantes únicos por mês que visualizam cerca de 18 milhões de páginas¹⁶. Por conta da possibilidade de constatar a veracidade dos números de acesso, o site Campo Grande News foi escolhido para análise no artigo.

¹² Disponível em <<http://www.midiamax.com.br/>>

¹³ Disponível em <<http://www.campograndenews.com.br/>>

¹⁴ Visitantes únicos ou Visitas únicas é a quantidade de pessoas que visitaram o site durante o período, independente da quantidade de vezes que o fez. As informações são fornecidas pelo veículo

¹⁵ Software da Google que mensura acessos em websites

¹⁶ Dados de dezembro de 2014.

Visualmente – não considerando as editorias - o site campograndenews.com é dividido em três grandes partes, ou em linguagem mais utilizada pelos programadores visuais do site, em três grandes “dobras”. As dobras são as partes que aparecem inteira na tela do navegador de internet sem a rolagem de tela.

As matérias que são destaque na primeira dobra são escolhidas pelo chefe de redação, Edivaldo Bitencourt, as da segunda dobra pela jornalista Ângela Kempfer, responsável pelo Labo B e as da terceira dobra pela jornalista Priscilla Peres, responsável por economia e cidades¹⁷.

Figura 1 - Primeira dobra do site campograndenews.com¹⁸



Figura 2 - Segunda dobra do site campograndenews.com¹⁹

¹⁷ Entrevista concedida por ECHEVERRIA, Samuel. Entrevistador: Elton Tamiozzo de Oliveira. Campo Grande, Jan. 2015.

¹⁸ Fonte: www.campograndenews.com.br

¹⁹ Fonte: www.campograndenews.com.br

Lado B



Bola de Neve
Com parede de escalada e púlpito de prancha, igreja chama atenção pelo visual



Falta de patrocínio
Onça em prédio, a 50 m de altura, pode ser coberta por tinta e sumir da paisagem



Para os apaixonados
Para gravar CD, cantor sertanejo faz leilão de serenata com 6 músicas românticas



Cinema
História de superação e thriller de suspense são as estreias da semana



Games
Nintendo anuncia data para chegada do New 3DS no ocidente e apresenta novidades

Música pra ver

Últimas notícias

Quinta, 15 de Janeiro de 2015

Política
 07:41 Reinaldo Azambuja visita hoje Fundação do Trabalho

Atentado em presidio
 07:30 Detento é alvo de tiros no presidio da Gameleira, mas escapa ileso

Empregos
 07:19 Ministério Público continua com inscrições abertas para vagas de estágio

Ponta Porã
 07:05 Dupla de carro executa homem de 35 anos e fere outro a tiros

Consumo
 07:00 Tok&Stok confirma loja e inicia obras em Campo Grande

Games
 06:49 Nintendo anuncia data para chegada do New 3DS no ocidente e apresenta novidades

Cinema
 06:47 História de superação e thriller de suspense são as estreias da semana

Confusão
 06:38 Cliente tenta reaver dinheiro de programa e esfaqueia travesti de 22 anos

Bola de Neve
 06:34 Com parede de escalada e púlpito de prancha, igreja chama atenção pelo visual

Figura 3 - Terceira dobra do site campograndenews.com



Sertanejo universitário na voz de Fernanda Rodrigues é atração do Música Pra Ver

Empregos

Prefeitura abre inscrições para concurso e oferece salários de até R\$ 10 mil

Previsão do Tempo

Campo Grande - MS	CPTEC/INPE
16/01/2015	34° 24° Pancadas de Chuva a Tarde



Chuva e ventos fortes destelham casas, derrubam muro e árvores

Campo Grande News - A notícia da terra a um clique de você

Falta de patrocínio
 06:23 Onça em prédio, a 50 m de altura, pode ser coberta por tinta e sumir da paisagem

Para os apaixonados
 06:12 Para gravar CD, cantor sertanejo faz leilão de serenata com 6 músicas românticas

Cidades
 06:05 Tempo amanhece com céu claro, mas previsão é de chuva em áreas isoladas

Todas as Notícias

Ribas do Rio Pardo
 Câmara cria Comissão Processante para julgar 8 vereadores investigados

Dourados
 MP cobra de Estado e município atendimento a pacientes mentais

Economia
 Governador quer reduzir ICMS do querosene para aumentar voos

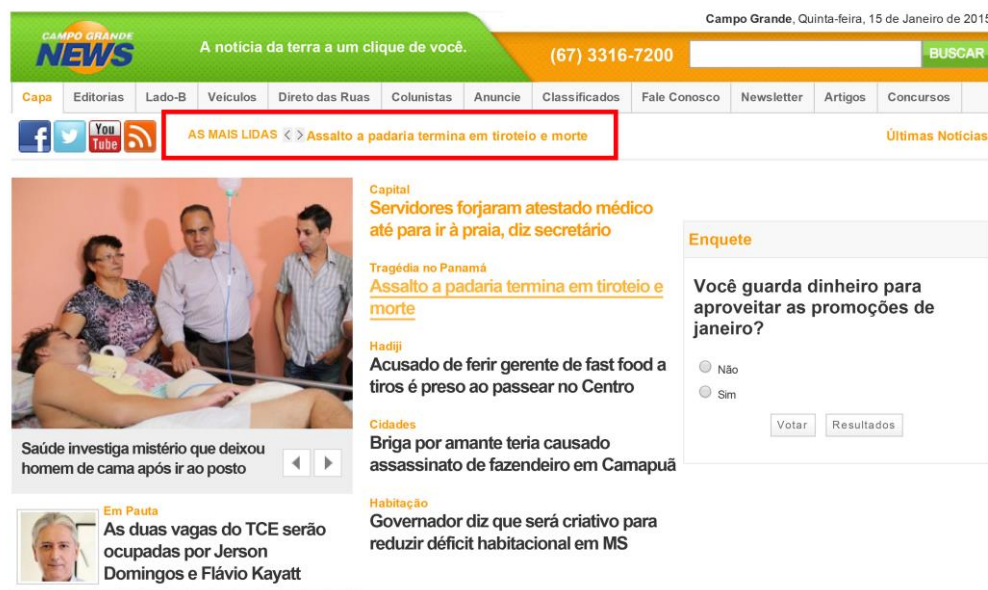
Meio Ambiente
 Sucuri de 10 metros é vista em rio de Três Lagoas e internautas registram

A dobra mais importante é a primeira, pois é a que aparece no navegador de internet sem a necessidade da rolagem de página. No Campo Grande News, as notícias que merecem destaque ficam posicionadas no alto e a esquerda e recebem uma fotografia. São geralmente

cinco notícias, que são trocadas diariamente, ou conforme explicou em entrevista Samuel Echeverria²⁰, Gerente Administrativo do site, “se houver algum acontecimento que mereça, a troca é feita independente do horário”.

O site também dá importância para a opinião e interação do leitor, colocando no topo do site um link para as notícias mais lidas, conforme notado na figura abaixo.

Figura 4 - Link para notícias mais lidas²¹



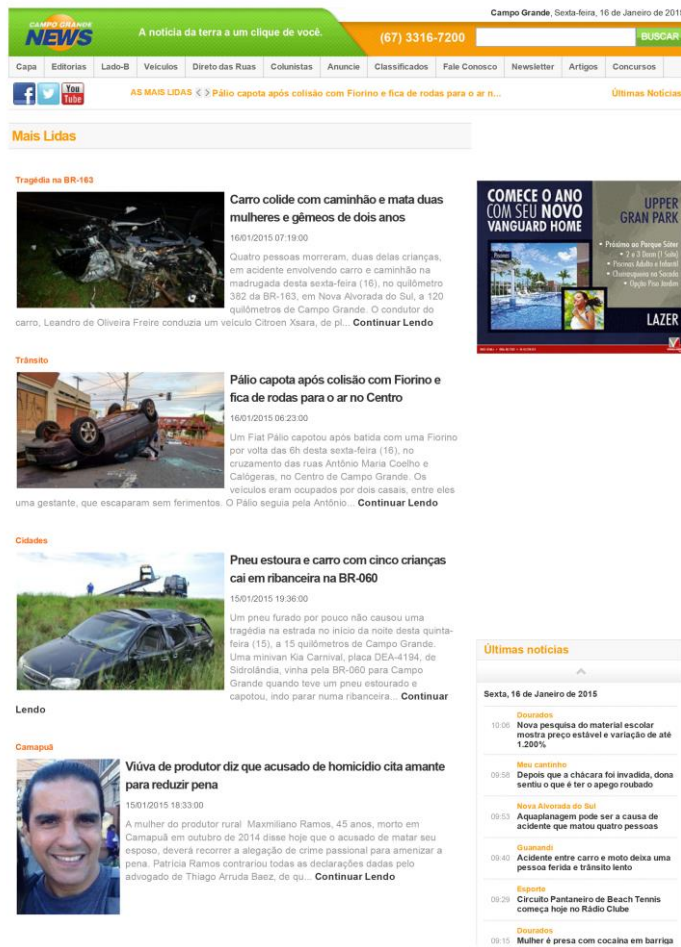
A classificação das notícias mais lidas é feita automaticamente pelo sistema de publicação do Campo Grande News, que exhibe as 20 mais lidas na semana.

Figura 4 - Notícias Mais Lidas²²

²⁰ Entrevista concedida por ECHEVERRIA, Samuel. Entrevistador: Elton Tamiozzo de Oliveira. Campo Grande, jan. 2015.

²¹ Fonte: www.campograndenews.com.br

²² Fonte: www.campograndenews.com.br



The screenshot shows a news website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Capa', 'Editorias', 'Lado-B', 'Veículos', 'Direito das Ruas', 'Colunistas', 'Anúncios', 'Classificados', 'Fale Conosco', 'Newsletter', 'Artigos', and 'Concursos'. Below this is a search bar and social media icons. The main content area is titled 'Mais Lidas' and features three news items:

- Tragédia na BR-163:** Carro colide com caminhão e mata duas mulheres e gêmeos de dois anos. (16/01/2015 07:19:00)
- Trânsito:** Pálio capota após colisão com Fiorino e fica de rodas para o ar no Centro. (16/01/2015 06:23:00)
- Cidades:** Pneu estoura e carro com cinco crianças cai em ribanceira na BR-060. (15/01/2015 19:36:00)

Below these is a 'Lendo' section with a news item: **Camapuã:** Viúva de produtor diz que acusado de homicídio cita amante para reduzir pena. (15/01/2015 19:33:00)

On the right side, there's an advertisement for 'COMECE O ANO COM SEU NOVO VANGUARD HOME' and a 'Últimas notícias' sidebar listing events for Saturday, January 16, 2015, such as 'Dourados: Nova pesquisa do material escolar mostra preço estável e variação de até 1.200%', 'Mato Grosso: Depois que a chácara foi invadida, dona sentiu o que é ter o apego roubado', 'Mato Grosso do Sul: Aquaplanagem pode ser a causa de acidente que matou quatro pessoas', 'Guanandi: Acidente entre carro e moto deixa uma pessoa ferida e trânsito lento', 'Belo Horizonte: Circuito Pantaneiro de Beach Tennis começa hoje no Rádío Clube', and 'Dourados: Mulher é presa com cocaína em barrica'.

Todas as notícias publicadas têm a opção de compartilhamento em redes sociais, possibilitando ao leitor executar também o papel de distribuidor de conteúdo.

Análise das Notícias Publicadas

Para realizar uma comparação entre as escolhas dos editores e jornalistas responsáveis e as matérias mais lidas pelo público do veículo, foi feita uma análise entre essas duas áreas do site. O período da análise foi de 15 a 27 de janeiro de 2015. Foram capturadas as telas das notícias que eram destaque e a tela das notícias mais lidas, em horários diferentes dos dias que compreenderam a análise.

Foram, no período, publicadas 57 notícias destaque na primeira dobra do site, e 237 apareceram nas Mais Lidas. As notícias que foram destaque e que também apareceram entre as mais lidas foram 26, o que corresponde a 10,97% das notícias publicadas. Não existe relação necessária entre as notícias destaque e as mais lidas. Em resposta a este

questionamento, o gerente administrativo disse que as mais lidas normalmente são Lado B e notícias policiais, “a desgraça dos outros as pessoas gostam”, diz Samuel Echeverria.

Em relação aos critérios de noticiabilidade, buscou-se utilizar os valores-notícia que mais se repetiam nos autores citados na Tabela 1. Foram escolhidos os critérios: Atualidade/ Novidade, Proximidade, Negativismo / Desgraça, Surpresa/ Raridade, Impacto / Importância, Famosos/ Elite e as notícias foram analisadas individualmente.

A tabela a seguir mostra a quantidade de notícias que foram classificadas em cada valor-notícia.

Tabela 2 - Valores-notícia presentes nas notícias publicadas

	Atualidade/ Novidade	Proximidade	Negativismo / Desgraça	Surpresa/ Raridade	Impacto / Importância	Famosos/ Elite
Destaque	1	6	21	8	15	6
	<i>1,75%</i>	<i>10,53%</i>	<i>36,84%</i>	<i>14,04%</i>	<i>26,32%</i>	<i>10,53%</i>
Mais Lidas	25	16	119	19	34	28
	<i>10,55%</i>	<i>6,75%</i>	<i>50,21%</i>	<i>8,02%</i>	<i>14,35%</i>	<i>11,81%</i>

É possível perceber que, conforme mostrado anteriormente, mesmo que as notícias destaque não estejam entre as mais lidas (10,97%), os valores-notícia presentes apresentam semelhança principalmente nas notícias que envolvem Negativismo e Desgraça - como assaltos, mortes, entre outros – correspondendo a aproximadamente 37% das notícias destaque. Existe, nas notícias destaque, uma distribuição mais equilibrada, conforme salientou Samuel Echeverria²³, “para valorizar todas as editorias e para publicarmos o que achamos importante para nossos leitores”.

Nas mais lidas, as notícias que envolvem Negativismo e Desgraça correspondem 50% do que é lido. Notícias que envolvem Atualidade/Novidade, Famosos/Elite e

²³ Entrevista concedida por ECHEVERRIA, Samuel. Entrevistador: Elton Tamiozzo de Oliveira. Campo Grande, jan. 2015.

Surpresa/Raridade, que normalmente são publicadas pelo Lado B, chegam a quase 30%, confirmando a afirmação feita por Samuel.

Em relação a esses dois grandes agrupadores é importante fazer uma relação com uma das características importantes do ciberjornalismo, o papel do leitor enquanto compartilhador / distribuidor de conteúdo. Na entrevista realizada com o Gerente Administrativo do Campo Grande News ele destacou a importância das mídias sociais na quantidade de leitores, e como esse compartilhamento para as redes de contato do leitor faz diferença no volume final de acessos e de leitura das matérias no site.

Considerações Finais

A notícia, que ordena e dá regularidade ao cotidiano das massas, é um dos elementos centrais da comunicação de massas liberal. Servem para fornecer informações aos cidadãos, com o propósito de que eles possam se sentir livres e, eliminando o medo do desconhecido e podendo se autogovernar.

Os autores consultados concordam que só serão notícia os fatos que jornalistas, editores e proprietários dos meios de comunicação acreditarem que mereçam ser noticiados e, portanto, saber quais são os critérios para a seleção desses fatos é fundamental.

Independente dos critérios de noticiabilidade, a tecnologia sempre esteve ligada ao jornalismo, e a internet modificou o fazer jornalístico, permitindo, principalmente, uma interatividade maior com o leitor e possibilitando que este também atue como distribuidor da notícia.

Durante a análise dos dados coletados foi possível perceber que nas notícias que são destaque, ou seja, as que são selecionadas pelos editores, existe um equilíbrio um pouco maior em relação aos valores-notícia presentes, mas que nas notícias mais lidas, ou seja, as que a classificação depende exclusivamente do leitor, as notícias que envolviam fatores negativos, tragédias, assaltos, crimes, violência, eram as preferidas. A entrevista com o gerente administrativo também constatou que, quando o usuário assume o papel de distribuidor de conteúdo, estas são as notícias mais compartilhadas.

O questionamento que fica, talvez para um estudo posterior, é que se o objetivo do jornalismo, conforme afirmam os autores consultados, é oferecer informação para eliminar

o medo do desconhecido, fazer com se sintam livres e se autogovernem, qual a contribuição deste tipo de notícia para esse objetivo?

Referências

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

BALDESSAR, Maria José. **Jornalismo e tecnologia: pioneirismo e contradições** – um breve relato da chegada da informatização nas redações catarinenses. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2005, Novo Hamburgo. Anais.

BARTHES, Roland. **O Rumor da língua**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ECHVERRIA, Samuel. Entrevistador: Elton Tamiozzo de Oliveira. Campo Grande, jan. 2015.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

GISLENE SILVA. **Valores-notícia: atributos do acontecimento**. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – NP 02 – Jornalismo, 2005, Rio de Janeiro, RJ. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0797-1.pdf>>. Acesso em jan. 2014

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. 2ª edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LI, Charlene; BERNOFF, Josh. **Fenômenos Sociais nos Negócios: vença em um mundo transformado pelas redes sociais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MORETTI, Franco. **O Século Sério**. Revista Novos Estudos. Cebrap, n. 65, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf>. Acesso em jan. 2013

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2006.

POSTMAN, Neil. **Divertirse hasta morir**. El discurso público en la era del show business. Barcelona: Ediciones de la Tempestad, 2001.

SOUZA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.