



Os Novos Lugares De Referências Sociais: Reflexões Sobre a Reconfiguração Do Jornalismo¹

Luciana C. B. De Araújo.²

Faculdade das Ciências da Administração de Pernambuco, Recife, PE.

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo, contribuir com as discussões acerca das mudanças ocorridas na produção de notícias após o advento da internet e, sobretudo, a maneira como a sociedade munida pelo *smartphones*, *tablet*, *iPhone*, entre outros, sugere pautas para o jornal; participando, desta forma, na construção da realidade. Concomitantemente a este cenário, descobrimos um outro, que nos revela a triste realidade por que passa o jornal impresso, concorrendo com o *on-line*, o profissional que, por um lado, teme pelos enxugamentos nas redações e por outro, a possibilidade do impresso migrar para o digital, assim como aconteceu com o tradicional Jornal do Brasil, em julho de 2010. Tal contexto abre novas possibilidades para a veiculação das notícias, bem como maior interação com o leitor (internauta) que podem atuar como coprodutores das notícias, sem, portanto, diminuir a importância das funções do jornalista.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; produção de notícias; tecnologias digitais.

INTRODUÇÃO

Em meados da década de 1990, as redações dos jornais e telejornais do país passaram e ainda passam por mudanças na área da Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs).

Com essas alterações nas rotinas produtivas das redações, o público, que há pouco mantinha-se informado basicamente pela televisão; atualmente encontra-se rodeado por várias plataformas digitais, tais como: *iPhone*, *tablet*, *iPod*, *smartphones* e

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Pós-graduada em Planejamento e Gestão Organizacional pela FCAP-UPE, email: lucianaborgesa@yahoo.com.br Ouvinte no mestrado da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) na disciplina, Comunicação e Ideologia ministrada pelo Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior.



iPad; fazendo com que as pessoas, munidas destes aparelhos, tornem-se um lugar de referência; onde tem acesso as informações que são constantemente atualizadas.

Por conseguinte, o surgimento e a difusão dessas ferramentas ameaçou a hegemonia da televisão, redução de profissionais nas redações, assim como, transformações no seu perfil profissional e mais recentemente, o receptor das informações passou a ser participativo.

Esta é a pedra de toque deste trabalho, refletir sobre os novos lugares de referências sociais.

OS NOVOS LUGARES DE REFERÊNCIA

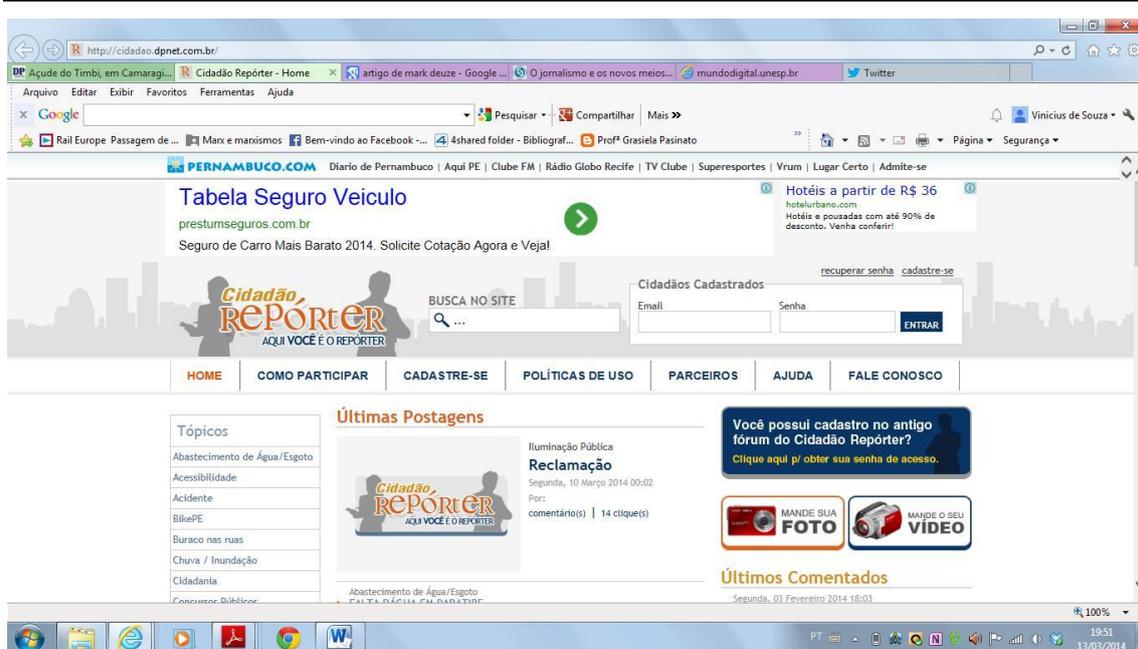
Com o advento da interatividade eletrônica, a sociedade, com o auxílio das plataformas digitais, estão sempre conectada. Este simples fato de estar conectado, faz com que torne-se um lugar de referência no mundo. De acordo com William Powers, (2012, p. 28), “A meta não é mais estar “em contato”, mas sim excluir qualquer possibilidade de conato, fundir-se, viver simultaneamente com todos num mundo, compartilhar cada momento, opinião, pensamento e ação através das telas.”

No que tange a área do jornalismo, sabe-se que o modo de produção do jornal foi ampliado com a rede mundial de computadores, e com isso, houve rupturas nas técnicas empregadas neste processo, pois permitiu aos meios tradicionais de comunicação assim como aos seus profissionais, a busca pela modernização.

Assim sendo, a comunidade jornalística viu-se obrigada a reinventar-se e adaptar-se às novas práticas e tendências.

Entretanto, faz-se oportuno ressaltar que com a propagação dos *smartphones*, *iPhone*, *tablet*, entre outros, permitiu, por um lado, que os meios tradicionais de comunicação percebessem que a sociedade, munida destes aparatos tecnológicos, poderia pautar o jornal, e por outro, esta mesma sociedade possui as ferramentas tecnológicas como referência no mundo.

A título de ilustração, o site pernambuco.com, que faz parte do grupo Diários Associados Pernambuco, possui um fórum de jornalismo colaborativo chamado de Cidadão Repórter. Para a pessoa poder fazer a denúncia ou sugerir pautas, primeiramente, faz seu cadastro no portal, para, posteriormente ler as Políticas de uso e só a partir daí, é que pode fazer uso do espaço.



Indignados, os moradores utilizaram o fórum de jornalismo colaborativo do Pernambuco.com, Cidadão Repórter, para denunciar.

O Parque Açude Santa Rita de Cássia, localizado no bairro do Timbi em Camaragibe, vem sendo alvo de reclamações por parte da população local. Com Academia da Cidade e pista de corrida ao redor, o açude do Timbi, que também faz parte da paisagem local, chama atenção pela poluição provocada pelo descarte de um esgoto que se mistura com sua água, lixo e capim acumulados. [...]

Outra preocupação dos frequentadores do espaço é a falta de segurança. [...]

E a resposta que o portal obteve foi que, de acordo com a Secretaria Executiva de Obras Públicas de Camaragibe, o descarte de esgoto no açude é constante, mas o serviço de coleta de lixo é realizado diariamente e o de capinação a cada quinze dias. O órgão ainda afirmou que apenas 3% da cidade tem esgotamento sanitário e o trecho que corresponde ao parque não é contemplado. (FABRÍCIO, 2014)



Esgoto é descartado diretamente no açude. Apenas 3% de Camaragibe conta com saneamento básico. Foto: Mariana Fabrício/Esp DP/D.A Press

A partir deste exemplo, podemos analisa-lo por dois vieses: o primeiro, é que neste caso, o assinante do noticiário colaborou com o noticiário *on-line* antes mesmo que o jornal soubesse do fato e a tempo de enviar uma equipe ao local para apurar com detalhes sobre a real situação do Parque Açude Santa Rita de Cássia e fazer algumas imagens.



O segundo, está atrelado ao posicionamento do assinante, que deixou de ser um simples consumidor passivo de notícias, para pautar o jornal através do seu computador.

O fato de estarmos conectados, já torna-se um lugar de referência no mundo, encurta distâncias, recompensa a solidão e por fim, tornou-se um meio da sociedade colaborar com sugestões de matérias, denúncias e reclamações através de fotos e vídeos.

Com a inserção desse novo agente pautando os meios tradicionais de comunicação, Iluska, 2012, observa:

Com a possibilidade de envio de conteúdos e informação, de diferentes naturezas e códigos (texto, som, imagem e vídeo), pelos usuários, alguns telejornais e demais mídias jornalísticas abriram canais para estimular, ainda que num nível inicialmente discursivo, a aproximação de seu público. Isso sem contar com blogs e outros espaços da rede mundial de computadores nos quais informações e vídeos são postados, algumas vezes completando ou de forma a amplificar o alcance de determinada informação jornalística veiculada anteriormente em um telejornal. (ILUSKA, 2012, p. 26-27)

Diante deste cenário, percebe-se que a colaboração por parte da sociedade, tornou-se indispensável; pois essa aproximação causa a sensação de que a sociedade possui um espaço na mídia para fazer-se ver e ouvir, exercendo a cidadania.

E esse pluralismo de informações nos leva a crer que não é uma prerrogativa apenas da imprensa, tornou-se comum na sociedade que, atenta, reivindicam seus direitos. Para o autor Luiz Martins da Silva, 2012:

Assim, o conceito de *jornalismo digital* se expressaria não apenas em função da possibilidade técnica de recepção eletrônica das notícias, mas, especialmente, pela possibilidade aberta ao “leitor” (navegador) de *digital* a sua participação na representação (jornalística) da realidade.

Num contexto interativo, muda a própria concepção de democracia e da qualidade desta democracia. Democracia não será tão somente aquele regime em que podemos tranquilamente delegar poderes e representação aos eleitos. Democracia será o regime da coparticipação, da corresponsabilidade e da coautoria dos discursos normativos e expressivos dos valores sociais e culturais, da própria identidade, enfim. Democracia será, portanto, uma ordem autofundada e não apenas concebida por grandes homens, grandes líderes, grandes chefes. É neste ponto que podemos distinguir entre *democracia representativa* e *democracia participativa*, duas esferas não necessariamente dicotômicas. (SILVA, 2012, p. 355-356)

Entretanto, faz-se necessário ressaltar que apesar da iniciativa das mídias modernizarem-se, para não perderem espaço, e da louvável iniciativa dos meios tradicionais de comunicação em cederem espaço à sociedade para sugerir pautas; não



podemos nos esquecer da importância das técnicas que são ensinadas nos cursos de jornalismo que são fundamentais, além da qualidade da informação. Mas essa é uma questão que divide opiniões.

Há os que defendem a obrigatoriedade do diploma para o pleno exercício da profissão, que há quase quatro anos foi revogado pelo Supremo Tribunal Federal; e há os que acreditam que é uma inovação no modo de fazer jornalismo. Segundo Jhonatan Mata, 2013:

[...] a influência da rede mundial de computadores altera, revira, sobremaneira os posicionamentos outrora herméticos de produtor e receptor da informação. Exige que se repense, inclusive nos telejornais, a questão da participação desse “novo povo” e suas novas reivindicações por salubridade midiática. (MATA, 2013, p. 60)

Esta possibilidade dada por todos de participarem da produção de um jornal e, deste modo, fazendo-se representar, parte, também, do princípio da teoria das representações sociais; uma vez que o indivíduo não vive isolado e esta teoria refere-se a identificação, acolhimento, construção e a reconstrução de fatos cotidianos. Ícone desta teoria, Moscovici afirma

As representações sociais que me interessam não são nem as das sociedades primitivas, nem as suas sobreviventes, no subsolo da nossa cultura, dos tempos pré-históricos. Elas são as de nossa sociedade atual, de nosso solo político, científico, humano, que nem sempre têm tempo suficiente para se sedimentar completamente para se tornarem tradições imutáveis. E sua importância continua a crescer, em proporção direta com a heterogeneidade e a flutuação dos sistemas unificadores – as ciências, religiões e ideologias oficiais – e com as mudanças que elas devem sofrer para penetrar a vida cotidiana e se tornar parte da realidade comum. Os meios de comunicação de massa aceleram essa tendência, multiplicam tais mudanças e aumentaram a necessidade de um elo entre uma parte, nossas ciências e crenças gerais puramente abstratas e, de outra parte, nossas atividades concretas como indivíduos sociais. Em outras palavras, existe uma necessidade contínua de re-construir o “senso comum” ou a forma de compreensão que cria o substrato das imagens e sentido, sem a qual nenhuma coletividade pode operar. (MOSCOVICI, 2012, p.48)

Com isso, percebe-se que as representações sociais no ótica de Moscovici, envereda pela linguagem voltada para a identificação. E o jornalismo, por sua vez, como forma de conhecimento do mundo que nos rodeia, o senso comum, faz uso de dois processos que criam as representações sociais. São elas: ancoragem e objetivação, comumente utilizadas no jornalismo. Ainda com Moscovici,

Ancorar é, pois, classificar e dar nome a alguma coisa. Coisas que não são classificadas e que não possuem nome são estranhas, não



existentes e ao mesmo tempo ameaçadoras. [...] Quando classificamos uma pessoa entre os neuróticos, os judeus ou os pobres, [...], estamos avaliando-a e rotulando-a. (MOSCOVICI, 2012, p. 61-62)

Em relação ao segundo processo de criação das representações sociais, Mocovici cita a objetivação. Para ele:

[...] é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem. [...] Temos apenas de compara Deus com um pai e o que era visível, instantaneamente se torna visível em nossas mentes [...]. (MOSCOVICI, 2012, p. 71-72)

Desta maneira, as representações sociais colaboram tanto para a elaboração dos jornais, que contextualizam o homem no mundo; pois as informações penetram e influenciam a mente de cada indivíduo; como também, as informações são reconstruídas pela sociedade que também faz parte dessa construção social.

A NECESSIDADE DE ALTERAÇÃO NO JORNALISMO

É cada dia mais comum presenciarmos e por que não, vivenciarmos as transformações ocorridas no jornalismo.

Em tempos remotos, o profissional fazia uso das máquinas de escrever, do fax e com isso o modo de produção do jornal impresso, tais como: diagramação, impressão e o processo de revelação das fotografias, eram arcaicas e braçal.

No entanto, em meados dos anos de 1990, as empresas de comunicação procuraram modernizarem-se. Conforme a Revista Imprensa – Jornalismo e Comunicação, outubro/2009:

É inadiável a necessidade de a mídia tradicional se repensar. Grandes meios de comunicação relevam esse debate desde o estouro da famosa “bolha da internet”, na virada do século, quando empresas de comunicação relaxaram e perderam uma boa oportunidade de rever conceitos e reestruturar-se. Segundo o historiador jornalista estadunidense Daniel Gross, a bolha também trouxe efeitos positivos: popularizou o e-mail, impulsionou o Google e permitiu a revolução global nas comunicações. (FORTI; RIBEIRO; IGNÁCIO, 2009, p.27)

Diante do exposto, percebe-se que com o advento da internet houve, além das alterações já citadas no modo de produção na mídia tradicional, há a divisão de opiniões e os impactos causados por esta ruptura. Para um dos populistas nesta área, Henry Jenkins

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos



meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 29)

Entretanto, temos que levar em consideração que toda esta transformação tecnológica no campo jornalístico, serviu para somar novas atividades ao profissional. De acordo com Kischinhevsky (2009, p.58), “Nessa nova realidade profissional, o repórter não deve mais se especializar em uma única área de cobertura para determinada mídia, mas, sim, estar pronto para veicular sua apuração em diversos formatos e linguagens.”

Em contrapartida, para o conservador midiático Andrew Keen,(2009, p. 60), “O que a web 2.0 nos dá é uma cultura infinitamente fragmentada em que ficamos irremediavelmente desorientados, sem saber como concentrar nossa atenção e despender nosso tempo limitado.”

Recentemente, em um artigo publicado o jornalista Carlos Castilho foi categórico ao afirmar que

Os telejornais são um dos formatos jornalísticos que mais perderam densidade noticiosa com a popularização da internet. [...]
As mudanças registradas nos telejornais brasileiros nos últimos anos limitam-se a trocar apresentadores, mudar o cenário e introduzir novos equipamentos eletrônicos. Nenhuma alteração significativa, por pequena que seja, foi feita no conteúdo noticioso, que ainda mantém o viés do ineditismo, embora a maioria dos fatos tenha sido amplamente divulgada, inclusive pela própria televisão em boletins informativos. (CASTILHO, 2014 online)

Pelo fato dos meios tradicionais de comunicação, encontrarem-se disponíveis em outras plataformas digitais, permitiu não apenas ao jornalista a oportunidade de (re)inventar-se; mas, principalmente, às pessoas comuns, estudantes, artistas entre outros de expressarem-se por outros meios.

Por exemplo: os ataques terroristas que aconteceram na Rússia, em janeiro deste ano; rapidamente alguma agência de notícia divulgou a informação através do *twitter* e a partir daí, a imprensa foi atrás para fazer a matéria. Neste momento, as pessoas emitem opiniões e até colaboram postando imagens. De acordo com Carlos Scolari, 2013

En la última década se ha hablado mucho del periodismo ciudadano o periodismo 3.0. ¿ Qué está pasando ? Los ciudadanos, gracias a una potente combinación de redes y tecnologías digitales, pueden expandir



los contenidos periodísticos generados por los medios tradicionales o directamente crear nuevos relatos informativos. (SCOLARI, 2013, p. 183)

Em meados do mês de fevereiro, foi divulgada uma matéria no ombudspe, site que promove debates e esclarecimentos referentes à mídia regional, sobre as demissões no quadro de funcionários do Jornal do Commercio

O jornalismo pernambucano ficou mais pobre nesta quarta-feira, 26 de fevereiro de 2014. Às vésperas do carnaval, a direção do Jornal do Commercio pôs em prática a decisão de demitir nada menos que doze jornalistas, além de funcionários de outros setores. Em nota oficial, a empresa alega que responde à “difícil conjuntura por que passam as empresas de comunicação no país” aliado a um “processo de modernização” que revela estar implementando. (REDAÇÃO,2014, *on-line*)

E para reforçar as consequências da modernização nos meios tradicionais de comunicação, no último mês de março, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) divulgou uma pesquisa, onde o Ibope ouviu 18.312 pessoas em 848 municípios entre os dias 12 de outubro e 6 de novembro de 2013, para coletar os dados que compõem a Pesquisa brasileira de mídia 2014 - Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. E com relação ao hábito da leitura do jornal impresso, foi constatado que

[...] 75% dos brasileiros não têm o hábito de ler jornais. Cerca de 85% dos entrevistados afirmaram não ler as revistas e 53% não usam a internet.

Entre os que afirmaram ler jornais impressos, a média diária de leitura é de uma hora e cinco minutos - em Goiás, chega a duas horas e doze. Em São Paulo, a média é de uma hora e um minuto. (SECOM,2014, *on-line*)

Entretanto, cabe observarmos, que ainda existe a crença no jornalismo, em seu sentido amplo, como produção e veiculação das informações. Esta mesma pesquisa da Secom

Os jornais impressos do Brasil apresentam as informações com maior nível de confiança, quando comparados a outros meios de comunicação, como TV, internet, rádio e revistas [...].De acordo com o levantamento, 53% dos entrevistados que usam jornal impresso afirmaram confiar sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas. (SECOM, 2014, *on-line*)

O sociólogo Anthony Giddens, 1991 defende

Por sistemas peritos quero me referir a sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos



ambientes material e social. A maioria das pessoas leigas consulta “profissionais” – advogados, arquitetos, médicos etc. , - apenas de modo periódico ou irregular. (GIDDENS, 1991, p. 35)

Assim sendo, a credibilidade do jornalismo é uma condição sine qua non para que os leitores, ouvintes e telespectadores continuem a acreditar na exatidão das informações veiculadas, independente das plataformas.

Diante do exposto, fica-nos claro que, apesar da miríade de veículos e plataformas digitais, o jornal impresso e, de certa forma, os profissionais, apenas reinventaram-se para que as informações façam-se presentes em todos os meios e com outra linguagem.

A INSERÇÃO DO JORNALISMO NO CIBERESPAÇO

A prática jornalística vêm apresentando diversas mudanças, pelo menos nos últimos dez anos; dentre as quais destacamos: o desenvolvimento da tecnologia, oriundas das áreas de informática, eletrônica e telecomunicações. De acordo com José Amorim, 2012

Com a internet, se torna possível a comunicação entre computadores. Criada com fins militares, pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, em 1969, para garantir a comunicação entre setores estratégicos em caso de conflito armado, a internet passou, nos anos 1980, a servir a universidades e centros de pesquisa científica. Daí, seu uso se expande, a partir dos anos 1990. A internet é uma rede mundial de computadores, por onde trafegam conteúdos produzidos por milhões de pessoas, empresas, governos e entidades de variada natureza. Isto é possível por meio da World Wide Web (www), o conjunto interconectado de servidores informáticos, que se ajustam a um protocolo de interface para operar em rede (Pavlik). A *web*, consiste, pois, numa linguagem e mecanismos que permitem compartilhar todo tipo de informação eletronicamente. (AMORIM, 2012, p. 395)

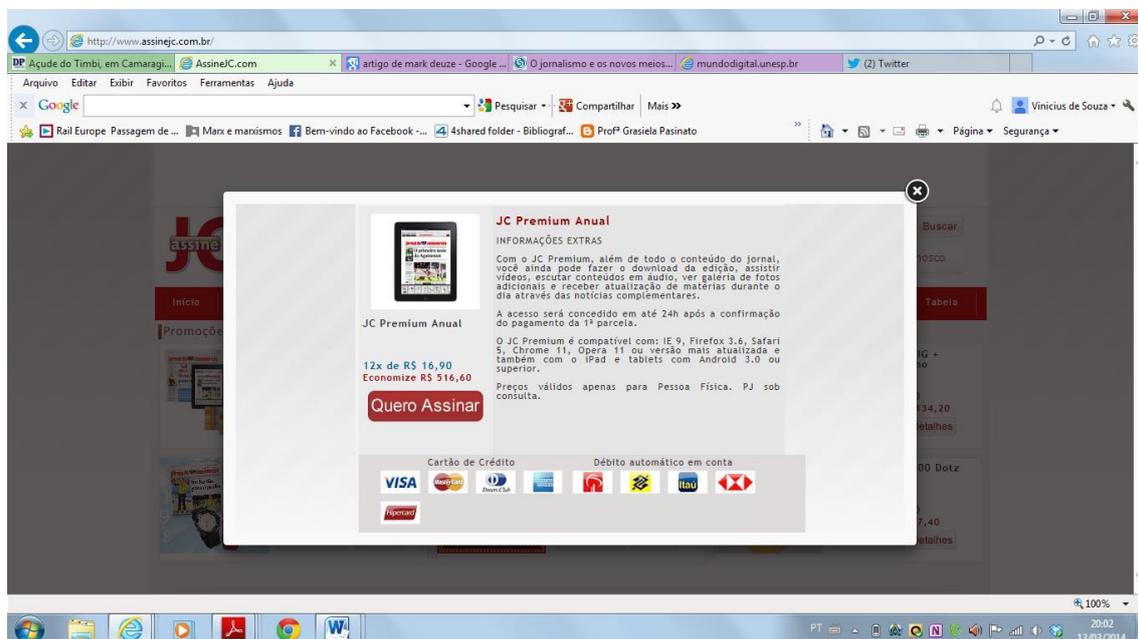
Nesse processo de adaptação e esforçando-se para manter-se, cada vez mais, próximo do leitor, o jornal foi inserido no ciberespaço.

Essa aproximação com o leitor, permitiu ao impresso inserir-se no universo *on-line*, que foi mais uma oportunidade em atingir inúmeros usuários; que por sua vez, sempre ávido por manter-se informado, frequentemente faz uso dos jornais *on-line* através do *tablet*, *iPhone*, *Smartphone*, entre outros.

A título de exemplificação, o Jornal do Commercio oferece, dentre várias opções de assinatura, o JC Premium Anual. Nesta, o assinante tem acesso a todo o conteúdo do



jornal, podendo fazer *download* da edição, ter acesso aos vídeos e fotos, além de ter as atualizações das matérias.



Enfrentar este desafio e manter-se presente nas mais variadas plataformas, permitiu aos impressos uma reformulação na diagramação, o uso de hipertexto entre outros recursos visuais.

Diante das facilidades que a sociedade dispõe para manter-se informada e a velocidade que a tecnologia proporciona, é importante salientar que este cenário digital trouxe, também, consequências. Segundo José Amorim

Apesar das reformas, que permitem ganhar fôlego e enfrentar a concorrência a curto prazo, as perspectivas para o jornal impresso, a longo prazo, não são animadoras. [...] no jornal impresso, os custos de produção e distribuição são altos, são necessárias grandes instalações físicas, gasta-se enorme quantidade de papel, enquanto na internet não se exige grandes instalações, transporte físico e não há agressão ao meio ambiente. (AMORIM, 2012, p. 399)

Infelizmente, acreditamos que a tendência do jornal será acabar com a sua versão impressa, e migrar para a plataforma digital.

Para reforçar esta tendência, já em meados de julho de 2010 o tradicional Jornal do Brasil, que vinha enfrentado quedas de vendas em seus exemplares, anunciou o fim da sua versão impressa, e que, em setembro do mesmo ano, estaria disponível apenas na versão *on-line*.



Uma informação interessante divulgada pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 – Hábitos de consumo da sociedade brasileira, através da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), foi que apenas 6% dos brasileiros matem o hábito de ler aos jornais impressos diariamente e 24% lêem ao jornal, pelo menos, um dia por semana.

Diante desta leitura, percebe-se a real tendência da sociedade migrar para os meios digitais o que só comprova a triste realidade do jornal impresso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o advento da rede mundial de computadores, permitiu aos meios tradicionais de comunicação uma reformulação no modo de produção das notícias, no perfil do jornalista e na recepção das mesmas.

Atualmente, a sociedade encontra-se munida por uma variedade de plataformas digitais, que conectada a internet, tornam-se um lugar de referência; lhes causando a sensação de segurança, por encontrar-se conectado no mundo, além de encurtar distâncias.

Diante deste cenário de transformações, percebemos a necessidade de refletirmos sobre esses novos lugares de referência, que está atrelado a qualquer plataforma digital e paralelo a isto, ao seu uso pela sociedade e consequências.

Para exemplificar, abordamos o site www.pernambuco.com, que possui um fórum de jornalismo colaborativo chamado Cidadão Repórter; onde a sociedade pode enviar denúncias sobre o (des) serviço público.

Com a criação deste espaço, percebe-se a principal mudança do jornal: o assinante do noticiário *on-line* deixou de ser um consumidor passivo de notícias para pautar o jornal através do seu computador, *tablet* ou *smartphone*.

E com isso, o leitor (internauta) muda o ponto de vista sobre a democracia, não ficando restrito àquele regime em que delegamos poderes aos candidatos eleitos, mas um regime de coparticipação.

Entretanto, temos que levar em consideração que os amadores não superarão os profissionais, visto que há técnicas para elaborar matéria, capturar imagens entre outros.

É sabido que a convergência digital divide opiniões, mas não podemos negar o fato de que a internet ampliou o modo de fazer jornal e com isso trouxe consequências, tais como: demissões no quadro de funcionários do Jornal do Commercio, por conta do processo de modernização que eliminou colunas e a cobertura do jornal em Caruaru/PE.



E mais recentemente, a Secom divulgou a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 onde revela que 75% dos brasileiros não têm o hábito de ler jornal.

Desta maneira, conclui-se que em alguns anos há a possibilidade do jornal encerrar a versão impressa e migrar para o ciberespaço; assim como aconteceu com o tradicional Jornal do Brasil.

REFERÊNCIAS

AMORIM, D. Salomão José. O impacto das inovações tecnológicas e das mídias digitais na concepção e na prática do jornalismo. P. 393-409. In: **O jornal: da forma ao sentido**. MOULLIAUD, Maurice e PORTO, Dayrell Sérgio.(ORG.) 3. ed. rev. ampl. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

BRASIL. Presidência da República . Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom 2014. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_briga_pelo_leitor_domingueiro
Acesso em 10/03/2014

CASTILHO, Carlos. **A reinvenção dos telejornais**. Disponível em: www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/areinvencaodostelejornais Acesso em 17/02/2014.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e público – Sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. P. 21-42. In: **O Brasil (é)ditado**. Flávio Porcello, Alfredo Vizeu e Iluska Coutinho. (Orgs.). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.1. Florianópolis: Insular, 2012.

FABRÍCIO, Mariana. **Açude do Timbi, em Camaragibe, sofre com poluição e descaso**. Disponível em: www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2014/03/07
Acesso em 07/03/2014.

FORTI, Pamela. ; RIBEIRO, Igor. ; IGNÁCIO, Ana. **A Morte Anunciada**. p. 26-33. In: *Imprensa Jornalismo e Comunicação: Edição de outubro de 2009/ Ano 23/ nº250*

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. – São Paulo: Editora UNESP, 1991.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. – São Paulo: Aleph, 2009

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, Myspace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os novos impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. P. 57 – 74. In: **Jornalismo On-Line: modos de fazer**. Rodrigues, Carla. (Org.) - Rio de Janeiro. Ed. PUC –RIO: Sulina, 2009.



MATA, Jhonatan. **Um telejornal para chamar de seu – identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local**. Florianópolis: Insular, 2013.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. 9. Ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

REDAÇÃO. **A dor deles não aparece no jornal: demissões no JC empobrecem o jornalismo pernambucano**. Disponível em: <http://ombudspe.org.br/canal-aberto/a-dor-deles-nao-aparece-no-jornal-demissoes-no-jc-empobrecem-o-jornalismo-pernambucano>
Acesso em: 26/02/2014.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan**. Primera edición: enero de 2013. Deusto.

SILVA, Luiz Martins. Imprensa, discurso e interatividade. P. 341 – 358. In: **O jornal: da forma ao sentido**. MOULLIAUD, Maurice e PORTO, Dayrell Sérgio.(ORG.) 3. ed. rev. ampl. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

POWERS, William. **O BlackBerry de Hamlet: uma filosofia prática para viver bem na era digital**. São Paulo: Alaúde Editorial, 2012.