



## **Jornalismo e Identidade: a construção da notícia no jornal Diário de Pernambuco<sup>1</sup>**

Rafaela Albuquerque GONÇALVES<sup>2</sup>  
Heitor Costa Lima da ROCHA<sup>3</sup>  
Universidade de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

O presente artigo analisa a qualidade da informação na produção do discurso jornalístico tendo como objeto de análise o Diário de Pernambuco, no sentido de identificar a representação simbólica construída sobre a identidade política e econômica estadual. Neste contexto, buscou-se identificar o nível de racionalização pública sobre o exercício do poder político e econômico nacional pretendido pela política editorial do Diário de Pernambuco, distinguindo tendências à preservação ou transformação de uma posição subalterna na formação de sentidos, identidades e consensos sobre os problemas nacionais. Chegamos ao resultado que mostra que a imprensa de referência não constrói a identidade política e econômica pernambucana através da articulação e mediação de um debate pluralista e representativo das diversas tendências existentes na sociedade estadual sobre as grandes questões nacionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; identidade; discurso; democracia.

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo tem como finalidade analisar a qualidade do discurso midiático proferido pelo jornal Diário de Pernambuco na formação da identidade regional pernambucana. É imprescindível ressaltar que a representação social pela mídia cresceu em torno da necessidade de informações e conhecimento. Através de seus aparatos de mediação, a instituição do jornalismo é a principal ferramenta de visibilidade dos acontecimentos públicos e, deste modo, funciona como princípio de legitimação social. A mídia, neste sentido, apresenta uma ambiguidade estrutural, pois, por um lado, ela pode promover a publicidade da notícia necessária para o debate crítico acerca dos problemas sociais e por outro, pode esvaziar a discussão pública através da criação de zonas de silêncio e sedução que desviam a atenção do cidadão.

O poder de publicização (ou silenciamento) apresenta-se como núcleo de poder que possibilita e faz gravitar o campo da comunicação, além de dotar esta esfera social das variadas manifestações de poder descritas: o agendamento de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Aluna de Graduação do Curso de Jornalismo da UFPE, email: [rafa\\_buquerque@hotmail.com](mailto:rafa_buquerque@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFPE, email: [hclrocha@gmail.com](mailto:hclrocha@gmail.com)



temas, a produção de imagens sociais ou públicas, a moldagem de atmosferas e climas sociais, enfim a construção de cenários sociais (RUBIM, 2005, p. 82).

Berger e Luckmann (2004) no livro *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*, falam da crise de identidade que vem abalando crescentemente a estabilidade do mundo social. Há um fluxo descendente, quase exclusivo, de significados das grandes instituições da estrutura de poder do Estado e das grandes corporações que excluem o indivíduo e os movimentos sociais da periferia do processo de construção social da realidade. Nesta relação assimétrica não se pode deixar de incluir as regiões Nordeste e Norte do país, relegadas a uma condição de subdesenvolvimento histórico e de dependência em relação às regiões do Sudeste e Sul. No novo cenário de sociedade midiaticizada, inclusive, é evidente a situação de colonialismo midiático devido à concentração da produção e distribuição de bens simbólicos a partir dos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo.

Assim, a perda de referências faz com que até nós mesmos percamos nossa capacidade de julgamento próprio como sujeitos integrados. Então, vivemos um período em que se torna fundamental o estudo dessa identidade que está sempre em processo de reformulação. Com isso, é nossa preocupação avaliar se a informação passada ao sujeito estimula um exercício consciente e autônomo da cidadania no mundo social ou apenas induz a uma postura conformista, passiva e heteronômica.

O Jornalismo tem como função e responsabilidade motivar a consciência crítica do público. A discussão de ideias propiciam deliberações do poder público mais democráticas e representativas do conjunto social. Desta maneira, salientamos a necessidade de avaliar a imprensa pernambucana, mais especificamente o desempenho do jornal Diário de Pernambuco, um dos mais importantes do estado, quanto à distinção dicotômica de estimular o público leitor a exercer criticamente a sua cidadania, por um lado, ou de induzir a uma visão naturalizada e conformista da sua realidade, por outro.

A fim de realizarmos nossa pesquisa definimos como corpus as matérias nacionais das editorias de política e de economia do Diário de Pernambuco no mês de novembro de 2013. Para uma adequada utilização das categorias analíticas, julgamos fundamental a concepção de codificação e decodificação da linguagem jornalística elaborada por Stuart Hall (2003), conceituando a comunicação como um sistema não linear, para que se leve em conta a interpretação dos sujeitos, pois a experiência que cada um dos receptores carrega em si faz com que toda mensagem tenha um significado único, variando de indivíduo para indivíduo.



Também consideramos importante a classificação dos conceitos de identidade de Castells (1999): a) Identidade Legitimadora introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais; b) Identidade de Resistência criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo, opostos a estes últimos; e Identidade de Projeto quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação da estrutura social.

Na análise do Diário de Pernambuco também iremos atentar para questão da diversidade de fontes e versões, a fim de verificar se o jornal apresenta uma diversidade significativa de perspectivas ideológicas ou apenas o pensamento hegemônico com uma ou mais de uma voz, porém marginalizando interpretações de segmentos sociais relevantes. Na articulação e mediação da discussão pública sobre questões de interesse coletivo, a utilização pelo jornalismo de uma diversidade significativa de fontes e versões torna-se fundamental, porque serve de base para formação crítica do cidadão, especialmente quanto ao enquadramento que os jornais locais, como é o caso do Diário de Pernambuco, dão à notícia nacional com relação à realidade pernambucana.

A identidade regional pernambucana construída na cobertura nacional do Diário de Pernambuco reflete a política editorial do periódico, quando contempla uma abordagem da esfera pública estadual, apresentando um debate crítico com variedade de fontes e versões da esfera pública local sobre os acontecimento nacionais, ou restringe-se à veiculação das notícias enviadas pelas agências ou por jornais nacionais, perpetuando visões de mundo heteronômicas em relação à realidade local.

William James (1952), um dos fundadores da psicologia moderna e importante filósofo ligado ao Pragmatismo, escreveu em seu livro “Os princípios da psicologia” que há dois tipos de conhecimento: *acquaintance with* e *knowledge about*. O primeiro é o chamado conhecimento-familiaridade que as pessoas adquirem, inevitavelmente, no primeiro contato com alguma coisa, ele vem do uso e do costume, das situações diárias e das experiências ao longo da vida. Pode ser concebido como uma forma de adaptação, pessoal e individual, que nos faz sentir em casa no mundo que escolhemos para viver. Esse conhecimento é particular e não pode ser formulado ou comunicado de indivíduo para indivíduo através de declarações formais. Caso consiga ser comunicado, será em



forma de hipóteses científicas ou ditados sábios. É por causa desse tipo de conhecimento que os *insights* são frequentemente o prelúdio de importantes descobertas. Exemplos de *acquaintance with* são: conhecimento clínico, pelo menos enquanto produto de experiência pessoal; habilidades e conhecimento técnico; e qualquer coisa apreendida por experimentação indireta ou inconsciente como o contato com objetos e seu manuseio.

Em contrapartida, James definiu *knowledge about* como o conhecimento das coisas, formal, racional e sistemático, é o conhecimento do fato que foi verificado, conhecimento que alcançou algum grau de exatidão pela substituição de ideias pela realidade concreta. O conhecimento científico pode ser dividido em três tipos: filosófico e lógico, que trata primariamente das ideias; histórico que trata de eventos; e o das ciências naturais ou classificatórias, que tratam das coisas. Essas são algumas diferenças entre o conhecimento científico e sistemático, *knowledge about*, e o conhecimento concreto, o senso comum, *acquaintance with*. O conhecimento das coisas (científico) se torna herança social por ser comunicável, enquanto que a familiaridade com as coisas, o senso comum, por ser um acúmulo de experiências individuais, torna-se idêntica ao instinto e à intuição.

Assim, o conhecimento científico possui um grande aparato técnico que possibilita a sua verificação e confirmação. Entretanto, não existe nenhum método científico que seja completamente independente da intuição e *insight*, que são obtidos através da familiaridade com as coisas. Esses *insights*, por vezes, ajudam na construção de teorias ou na análise dos dados obtidos a partir das pesquisas, ou seja, os *insights* e a familiaridade com as coisas têm papel fundamental na construção do conhecimento das coisas. A notícia é uma forma de conhecimento, não conhecimento sistemático, pois a notícia não trata de coisas, mas de eventos. Também não é história, pois não está preocupada em relacionar fatos. Mas se encontra, de acordo com a definição de James, como sendo um tipo de conhecimento *Knowledge About*, pois é construída através de rigorosa apuração do jornalista.

O interesse é no presente, o que os psicólogos chamam de “presente precioso”. Esse nome refere-se ao fato de ser muito precíval, pois é notícia somente até chegar às pessoas que apresentem “interesse de notícia”. Depois de publicada e reconhecida sua importância, se transforma em história. Diferentes tipos de notícia têm diferente duração de tempo; se o evento tiver grande importância, o interesse por ele levará a uma maior



análise e a uma familiaridade maior com suas circunstâncias. “Um evento deixa de ser notícia tão logo a tensão provocada acabe e a atenção do público seja direcionada para outro aspecto do habitat ou outro incidente novo e emocionante ou importante para prender sua atenção” (A Era Glacial do Jornalismo, 2008, v.2, p.59).

A notícia não apenas informa, mas orienta o público sobre o que está acontecendo. Faz isso sem a necessidade do repórter interpretar os eventos que relata. As pessoas geralmente têm vontade de compartilhar uma notícia, o que gera conversação, comentários e às vezes discussão. O conflito de opiniões levantado pela discussão, geralmente termina em uma espécie de consenso ou opinião coletiva, o que é chamado de opinião pública. É na interpretação de eventos que estão na notícia que a opinião pública se baseia. Assim, o jornalismo influencia diretamente a ação política, que não é apenas um consenso, mas a habilidade de uma sociedade política de agir consistentemente com um fim racional, independentemente de recursos militares ou materiais. A notícia torna a ação política possível, pois é puramente um fenômeno secular.

Mauro Porto (2004) discute a relação desses ‘enquadramentos’ da mídia na interpretação dos processos políticos, ressaltando que, apesar de os estudos que tratam dessa temática serem embrionários, principalmente no Brasil, o uso de seus conceitos vem proporcionando uma nova dinâmica ao campo da comunicação política, fornecendo-lhe uma nova visão para compreender o desempenho dos papéis que a mídia exerce na sociedade. Muitas vezes o papel da mídia na política é encarado através de um “pré-conceito” que consiste em afirmar a mídia como apenas uma ‘fonte de informação’. Ou seja, tem-se em mente que a mídia, através dos veículos que a fazem, só tem um único papel, visto por muitas vezes como simples: informar e relatar aos cidadãos o que foi dito ou feito, e nada mais que isso. Essa visão remete aos preceitos e ideologias da teoria positivista, que vê a ciência como neutra e aparte dos acontecimentos sociais, tornando o jornalismo um reles espelho da realidade. Esse enfoque tradicional enxerga na mídia apenas o cumprimento objetivo e imparcial da função de relatar os fatos.

A partir desse ponto de vista surgem críticas referentes unicamente à falta de objetividade e de imparcialidade das mensagens midiáticas. Porém a imparcialidade jornalística não existe e a objetividade é impossível, pois a interpretação de quem transmite essas mensagens é particular e, portanto, subjetiva. Nessa visão, Porto afirma



que essa tradicionalidade de paradigma estabelece que os meios de comunicação de massa devem barrar a presença de valores subjetivos e ideologias particulares que possam interferir no relato dos fatos transmitidos por suas mensagens, ou evitar que esses meios tomem posição em favor de um determinado grupo, partido ou candidato. Complementando esse sentido, Porto diz que “este enfoque tradicional é insuficiente para o estudo da relação entre mídia e política, contribuindo para tornar invisíveis diversos aspectos importantes desta relação” (PORTO, 2004, p. 75).

No lado oposto ao da desconstrução das presunções positivistas de neutralidade e avaloratividade do conhecimento, constata-se a capacidade construtivista do discurso midiático do jornalismo, a partir, por exemplo, de análises de estudiosos como Gitlin (1980, p. 7):

Os enquadramentos da mídia [...] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN, 1980, p. 7).

Procuramos, então, encontrar a forma como o Diário de Pernambuco ‘enquadra’ seu conteúdo para subsidiar o pensamento político e econômico dos cidadãos. A notícia também é uma forma de conhecimento e de formação da opinião pública. Por isso analisá-la dentro do contexto de formação da identidade regional pernambucana através do conteúdo noticioso do jornal Diário de Pernambuco se torna fundamental. Para isso, definimos os parâmetros de análise que vêm a seguir.

## **VARIÁVEIS DE ANÁLISE**

Como metodologia, usamos quatro variáveis para avaliar a qualidade da cobertura nacional das notícias de política e economia do jornal. A primeira variável é a de Relevância que identifica o grau de importância da matéria para população pernambucana. Uma matéria relevante deve provocar controvérsia no público para que haja reconhecimento da sua legitimidade social. A segunda é a pertinência local, com a identificação da tradução do acontecimento nacional para o cotidiano pernambucano e a utilização de versões e fontes locais. A terceira diz respeito à diversidade significativa de interpretações sobre a realidade, que acontece quando o jornal faz um uso amplamente pluralista de fontes e versões ou, no sentido contrário, apresenta desvios



que comprometem a representatividade social das notícias. Essa variável é destrinchada em quatro tópicos:

1. **Versão única com uma fonte:** método em que o jornal utiliza apenas uma versão do acontecimento escutando apenas uma fonte. Esse uso é condenável pelo bom jornalismo por não favorecer o debate e não apresentar todos os lados que permeiam a notícia, fazendo com que essa seja naturalizada pelo leitor como a única interpretação existente ou digna de credibilidade, o que não o é.
2. **Versão única com mais de uma fonte:** método do qual o jornal apresenta apenas uma versão do acontecimento, porém incluindo mais de uma fonte com o mesmo pensamento, apenas com pequenas diferenciações que se prestam mais para disfarçar o caráter monológico da notícia do que para estabelecer uma discussão pluralista sobre a questão abordada. Também não favorece o debate e não apresenta os demais lados da notícia.
3. **Diversidade significativa:** ocorre quando o jornal apresenta as várias versões do acontecimento e utiliza mais de uma fonte representando as várias interpretações sociais do acontecimento. Esta variável expressa não só a expectativa geral do público, mas também o compromisso proclamado por todos os veículos sobre a situação ideal do jornalismo.
4. **Diversidade marginalizada:** o jornal apresenta mais de uma versão do acontecimento, porém privilegiando a que representa os interesses hegemônicos e marginalizando a que coloca as reivindicações dos demais setores sociais, especialmente dos movimentos sociais da periferia da estrutura de poder. Ao fazer a opção por esse método, o jornal induz o leitor a escolher a versão privilegiada, sem que haja debate e sem que o pensamento crítico seja alimentado.

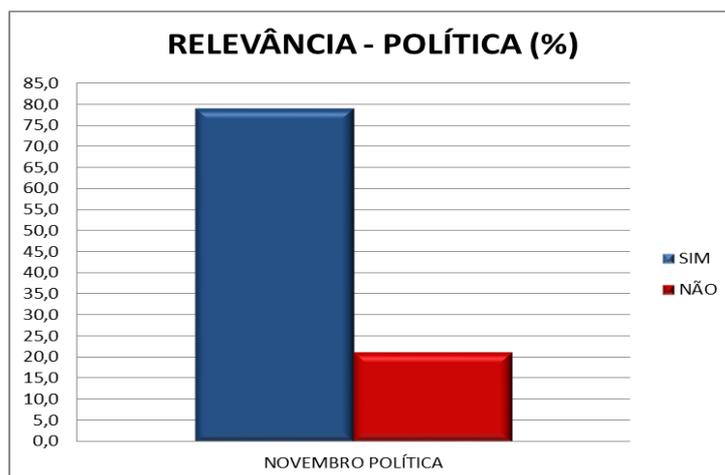
A quarta variável diz respeito à natureza da matéria, ou seja, avalia se o jornalista apurou a notícia ou se ele a reproduziu de outras instituições. A reprodução, muitas vezes, não dá abertura à criticidade do leitor ou não apresenta pertinência à sua vida, porque na maioria dos casos reproduz notícias de outros estados que não vêm a contemplar a realidade local.

## **APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

Na editoria de política do mês de novembro foram analisadas 152 matérias, das quais 120 foram consideradas relevantes, enquanto 32 não. Em outras palavras 78,9%

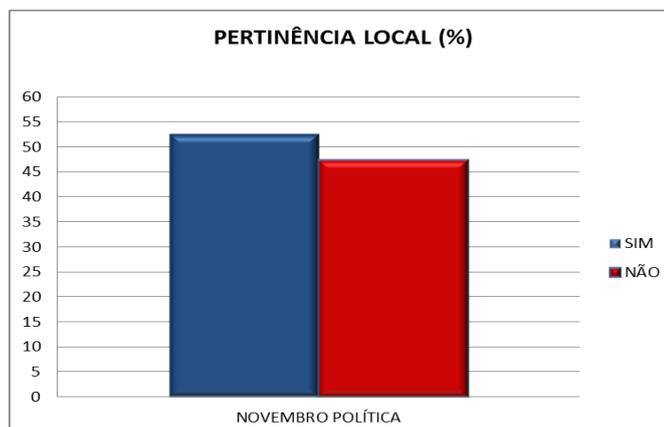
agiu dentro dessa variável corretamente, porém, embora corresponda à maioria das notícias, esse número não é satisfatório dentro dos preceitos do bom jornalismo, deixando a desejar em termos de controvérsia nas matérias para população em geral.

**Gráfico 1:** Análise da Relevância das Notícias da Editoria de Política no mês de Novembro de 2013.



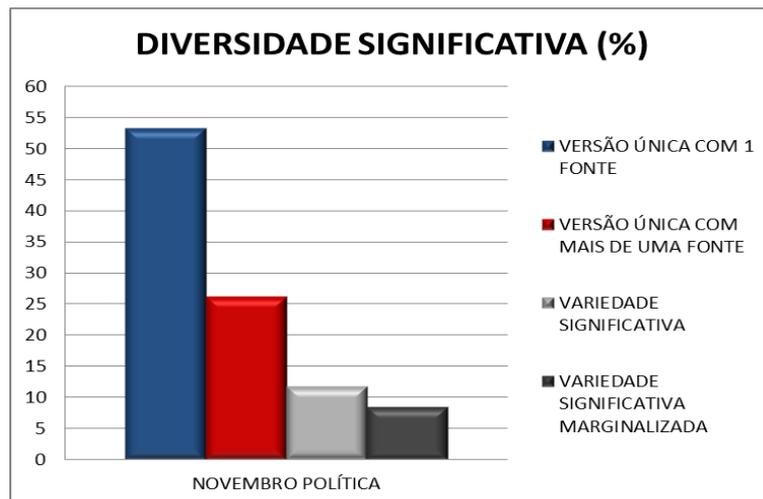
De acordo com a variável da pertinência local, o jornal só fez a adequação das notícias nacionais para realidade pernambucana com o uso de fontes do estado em apenas 30,9% de suas matérias, o que significa que, das 152 reportagens analisadas, apenas 47 levaram em conta a realidade da sociedade pernambucana. Com esse resultado fica perceptível que o Diário de Pernambuco não tem como prioridade a adequação da notícia nacional ao cenário local, não contribuindo, desta forma, para um estado mais crítico e preocupado com o que acontece em seu país.

**Gráfico 2:** Análise das notícias em relação à Pertinência Local da Editoria de Política do novembro de 2013.



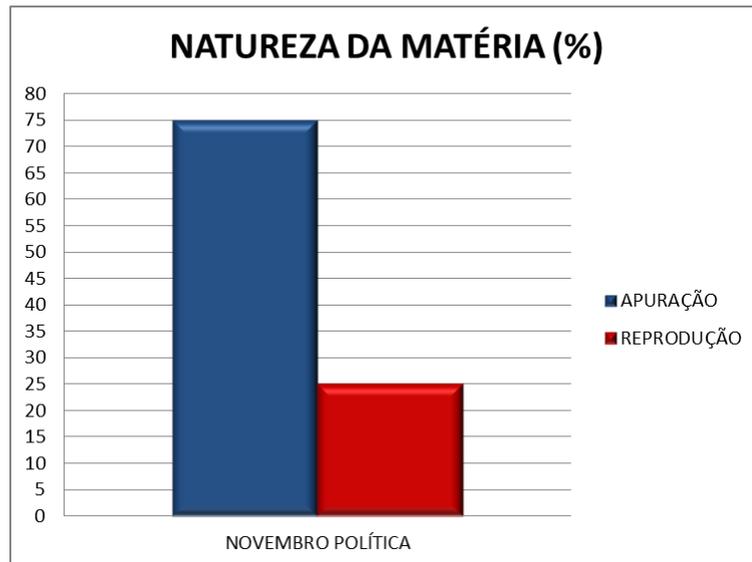
A variável da diversidade significativa mostrou-se preocupante, pois a maioria dos textos, 81 de 152, apresentou versão única com uma fonte, o que favorece a perpetuação de estereótipos vigentes na sociedade e reproduzidos pelo jornal Diário de Pernambuco, não propiciando ao público uma leitura crítica e cidadã. O segundo maior percentual foi de matérias que apresentaram também uma versão única, só que com mais de uma fonte. No quadro geral, reunindo os percentuais das variáveis em que a cobertura jornalística é, velada ou descaradamente, distorcida para favorecer interesses particulares poderosos (versão única com uma fonte, versão única com mais de uma fonte e diversidade marginalizada), inclusive de outras regiões, o enquadramento ideal da diversidade significativa de versões e fontes ficou relegado a apenas 11,8%.

**Gráfico 3:** Análise do uso das fontes em relação à variável Diversidade Significativa na editoria de Política do mês de novembro de 2013.



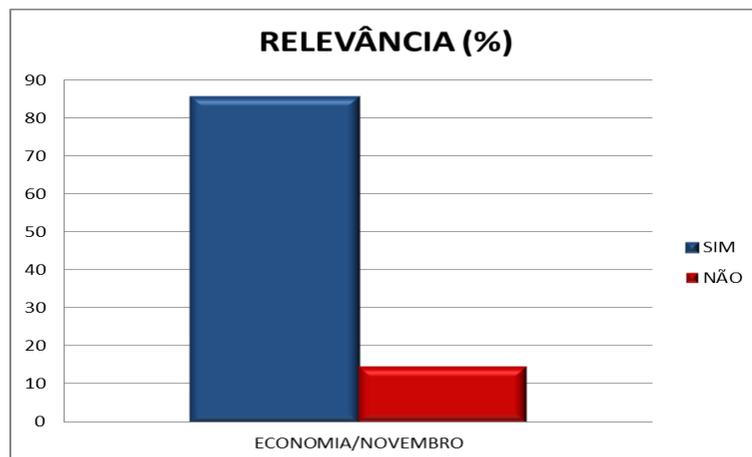
25% das matérias de política do mês de novembro de 2013 foram reproduzidas de outros jornais, sem nenhuma matéria vinculada com versões e fontes pernambucanas. Ou seja, 38 matérias desta editoria utilizaram reportagens de outros veículos de comunicação com características de outros estados, que apresentam realidades diferentes das de Pernambuco.

**Gráfico 4:** Análise da Natureza da Matéria da Editoria de Política no mês de novembro de 2013.



Na editoria de economia do mês de novembro foram analisadas 83 matérias, das quais 85,5% delas apresentaram relevância e 14,5% não. Esse número embora represente a maioria das notícias ainda não está dentro de um alto padrão de qualidade, pois, em princípio, quanto à controvérsia, todas as matérias de um jornal devem ser relevantes.

**Gráfico 5:** Análise da Relevância das notícias na Editoria de Economia do mês de novembro de 2013.



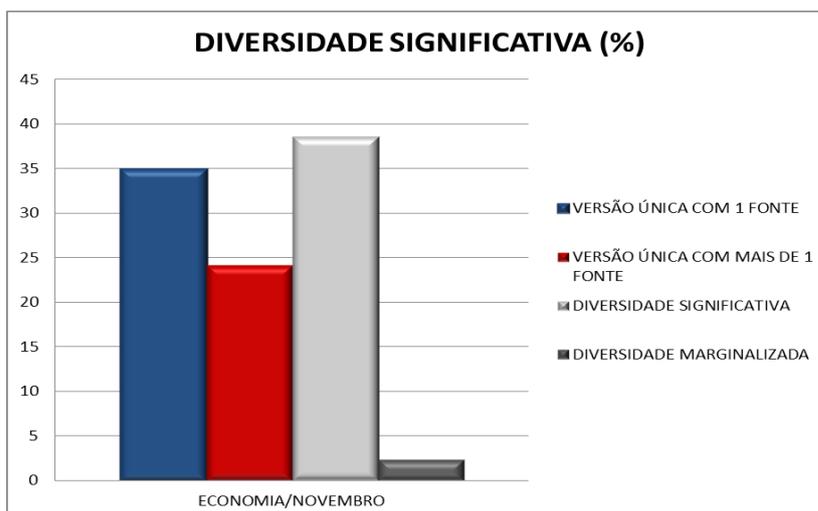
De acordo coma a pertinência local apenas 30 matérias apresentaram a tradução da notícia nacional para o cenário pernambucano, o que representa somente 36,1% de toda a editoria, o que é muito preocupante para um Estado que necessita de maior criticidade para superar a sua tradicional posição de subalternidade.

**Gráfico 6:** Análise das notícias em relação à Pertinência Local na Editoria de Economia no mês de Novembro de 2013.



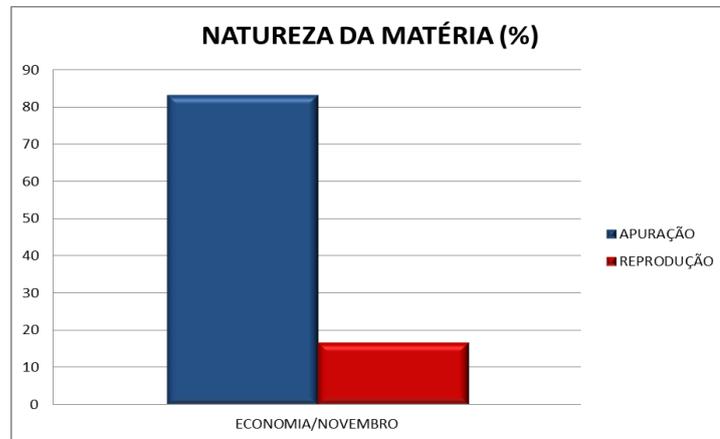
Em relação à diversidade significativa apenas 38,5% das matérias analisadas apresentaram essa característica, ou seja, das 83 matérias analisadas apenas 32 notícias demonstraram uma boa apuração jornalística. No mês de novembro, na editoria de economia, o número de matérias que apresentaram diversidade significativa e o número de versão única com o uso de uma única fonte foram quase iguais.

**Gráfico 7:** Análise do uso das fontes em relação a variável Diversidade Significativa na Editoria de Economia do mês de novembro de 2013.



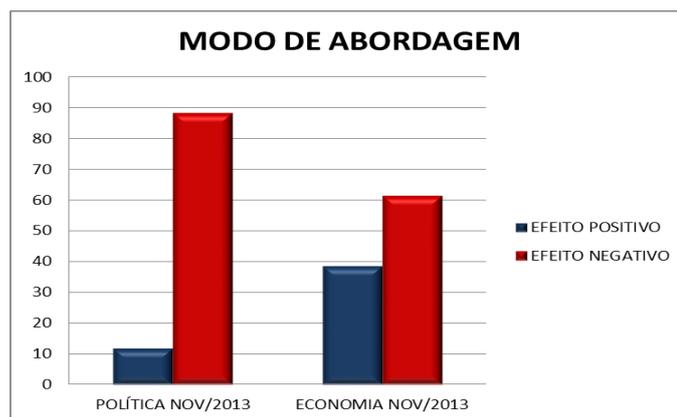
Em economia o número de notícias reproduzidas de outros veículos diminuiu para 16,8%. Porém, apesar dessa diminuição, a reprodução de outros veículos é um ato prejudicial ao bom jornalismo, pois o conteúdo de outro jornal de outra região é feito para determinado público leitor com características próprias e únicas que divergem de outras regiões.

**Gráfico 8:** Análise da Natureza da Matéria na Editoria de Economia no mês de Novembro de 2013.



Para evidenciar o grau de incompatibilidade entre a diversidade significativa, o lado positivo em que o jornal usa as várias versões dos acontecimentos e uma pluralidade de fontes, e as marginalizações e usos inadequados de versões e fontes, como o lado negativo, foi criado um gráfico dual tanto para a editoria de política quanto para a de economia.

**Gráfico 9:** Análise do Modo de Abordagem das Editorias de Política e Economia no mês de Novembro de 2013.



## CONCLUSÕES

A Comunicação e o Jornalismo estão ganhando cada vez mais importância, como setor da mídia em que as questões de interesse coletivo, geral e público, adquirem



instância de caráter estratégico na maneira como os sujeitos fundamentam suas ações e assumem suas identidades individuais e coletivas. Afinal, como observa Castells (1999, p. 368), "tudo que fica de fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política".

Neste sentido, o presente artigo procura contribuir para a consciência da necessidade de fortalecimento de uma identidade pernambucana e regional mais autônoma ou menos heteronômica diante das regiões mais desenvolvidas do país, tendo em vista o aperfeiçoamento do próprio produto que o jornalismo, neste caso o Diário de Pernambuco, oferece à sociedade para lhe conferir mais sentido e legitimidade social.

Porém, percebemos com os resultados apresentados, que o veículo Diário de Pernambuco, contribui para perpetuação da ideia de subalternidade do Estado em relação às regiões mais desenvolvidas, ao apresentar de forma majoritária reproduções de outros jornais, principalmente do Correio Braziliense, e excluir versões de setores sociais da esfera pública local, o que não contribui para o estabelecimento de um debate crítico. Ou seja, não possibilita a construção de uma identidade política e econômica pernambucana mais autêntica e autônoma, através da articulação e mediação de um debate pluralista e representativo das diversas tendências existentes na sociedade estadual sobre as grandes questões nacionais, o que evidencia um nível de racionalização insipiente em sua cobertura, como resultado do silenciamento sistemático das fontes e versões da esfera pública regional.

Ocorre, então, o que Adorno e Horkheimer (1985, p. 120-122) denominam de "idioma da naturalidade", que cria "o paradoxo da rotina travestida de natureza", procurando blindar a ordem institucional de questionamentos ao colocar "as formas reais do existente como algo de absoluto". Desta maneira, pode-se perceber que o periódico cria uma mitificação das notícias nacionais como sendo construções que não interagem com o cotidiano pernambucano, fazendo com que o estado perpetue uma posição naturalizada acerca dos problemas nacionais, o que desautoriza a consciência da responsabilidade do cidadão de participar da construção social da realidade.

Como reflexão, em relação à imprensa de qualidade, Rui Barbosa (2003) observou que "todo o bem que se haja dito, e se disser da imprensa, ainda será pouco, se a considerarmos livre, isenta e moralizada. Moralizada, não transige com os abusos. Isenta, não cede às seduções. Livre, não teme os potentados". Afinal, foi Barbosa que disse que a imprensa era o "quarto poder". A principal motivação que o autor teve para



escrever esse discurso foram as duas derrotas que ele sofreu quando se candidatou à Presidência da República. Nas duas campanhas eleitorais onde fracassou, Barbosa foi vítima da arbitrariedade da imprensa brasileira, onde os jornais eram controlados pelos detentores do poder. Nesses casos, ele manifestou seu desgosto em relação à degradada imprensa unida ao poder executivo e ao legislativo. Por diversas vezes denunciou os casos de corrupção, chegou a declarar que a imprensa tinha se tornado o primeiro poder.

Para Barbosa (2003), ao invés de abrir os olhos dos eleitores, dos cidadãos, a imprensa os fechava. Turvava a visão. Então, tanto no início do século passado como agora, fica evidente que a visibilidade jornalística, ao articular e mediar a discussão pública, se constitui em espaço central e estratégico na definição das relações de poder. Neste contexto, salienta-se a importância da reflexão sobre o papel desempenhado pelo jornalismo na construção social da realidade e da busca gradativa – não só dos jornalistas, mas dos cidadãos em geral - de condições para conquistar melhores padrões de qualidade da mídia noticiosa, como condição necessária para almejar uma realidade menos conflituosa e violenta.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BARBOSA, Rui. **A imprensa e o dever da verdade**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2003.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO/SBPJOR, 9, 2011, Rio de Janeiro. **Jornalismo e esfera pública regional: A imprensa regional em 8 cidades de pequena e média dimensão**. Rio de Janeiro: Ufrj, 2011. 18 p.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching**. Berkeley: University Of California Press, 1980.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. (Volume II).

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ufmg, 2003.



HERMAN, Edward S.. A diversidade de notícias: “marginalizando” a oposição. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**.. Lisboa: Vega, 1999. p. 214-223.

JAMES, Willian. **The principles of psychology**. Chicago: Encyclopedia Britannica, 1952.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 51-70. (Volume II).

PORTO, Mauro. Agendamento da política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 73-104.

ROCHA, Heitor Costa Lima da; MARROQUIM, Rafael. O papel do jornalismo no processo democrático: a ética do discurso como essência da democracia deliberativa. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, v. 9, p.143-160, maio 2011. Semestral.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hackers, 2005. 136 p.

## **REFERÊNCIAS**