



A Negociação entre Jornalista e Fonte como Espaço para o Exercício de Valores Criativos¹

Vicente Reis MEDEIROS²

RESUMO

Este estudo crítico-analítico da obra de Santos (1997) se utiliza das principais conclusões a que o autor chegou acerca da negociação entre jornalistas e fontes de informação para introduzir uma pesquisa que busca identificar valores e estratégias individuais do jornalista para escapar das rotinas de produção. Parte-se do pressuposto de que a “cultura de redação” criou um modelo rotineiro e burocrático no processo de produção da notícia e esta análise resulta num esforço para sustentar que é na relação jornalista-fonte que se encontra a possibilidade de exercitar valores criativos típicos da dialética humana.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; fonte de informação; rotina; valores criativos.

FONTES REVOLUCIONÁRIAS

A revolução das fontes (CHAPARRO, 2007) causou impactos profundos no processo de produção da notícia. A profissionalização, contudo, não se refere a um fenômeno assaz recente, pelo contrário. Já na década de 70 do século passado, Molotch e Lester (1974) consideravam as fontes promotoras (*news promoters*), capazes de realizar um acontecimento e endereçá-lo aos jornalistas (*news assemblers*), que preparariam a notícia para ser observada pelos leitores (*news consumers*). A análise alertava para a não passividade da fonte de informação, i.e., percebia-se o florescer de um campo de estudo marcado pela negociação, pelo confronto de interesses, que permitiria trilhar novos caminhos no estudo da relação jornalista-fonte. Ao longo da segunda metade do século XX, novas pesquisas sobre o tema ganharam corpo, sobretudo com as análises de Hall *et al* (1978), Gans (1979), Tuchman (1991), Schlesinger (1992), Tixier-Guichard e Chaize (1993), Pinto (2000), Lage (2001), entre outros, que buscaram identificar e classificar as fontes de informação segundo o seu contexto histórico num esforço que contribuiu para a consolidação de um ramo de análise nas *communication research*.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Mestrando no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: vicentemedeiros@gmail.com.



Na concepção de Chaparro (2007), os sujeitos institucionalizados se capacitaram para interferir na pauta jornalística e utilizá-la como espaço público para agir e interagir no mundo. Como bem frisa Gomis (1991, p. 59), “os fatos aos quais se dará forma de notícia foram previamente escolhidos e isolados dos processos de alguma ‘ação em marcha’ pelos interessados em que o fato se conheça”. A notícia, então, torna-se um palco no qual se enfrentam mais elementos que simplesmente duas entidades. E esse, justamente, é o objetivo de demonstração do trabalho de Santos (1997), que aqui propomos uma leitura comentada e crítica acerca das constatações a que seu empreendimento chegou. Especialmente a terceira parte, na qual o autor revela enredos, lances e estratégias como situações entre o que se esconde e o que se divulga. Há uma jogo de interesses antagônicos entre jornalistas e fontes de informação, numa relação marcada por cooperação, trabalho com autonomia, defesa de objetivos comuns, mas também dialética como parceiros e adversários. Com isso, busca-se extrair contrapostos, justaposições conceituais, novos elementos para questionar e aprofundar o estudo nas rotinas jornalísticas e, sobretudo, identificar caminhos para construção de um projeto de pesquisa que objetiva vasculhar valores e estratégias utilizadas pelos jornalistas para escapar às rotinas e primar pela criatividade e originalidade do fazer jornalístico.

JORNALISTAS E FONTES: A NEGOCIAÇÃO PELA NOTÍCIA

Muitas pesquisas que se debruçaram na relação entre jornalistas e fontes de informação registraram para a história a preocupação dos primeiros em privilegiar quem estava no poder ou detinha a informação oficial. O valor do repórter, contudo, também se transformou em critério, dessa vez por parte das fontes, que passaram a avaliar sua organização, localização geográfica, área de especialização e hierarquia na profissão. Afinal, o “acesso regular das fontes junto das organizações noticiosas determina o poder daqueles agentes” (SANTOS, 1997, p. 164).

Na última parte de sua obra, Santos (1997) expõe que a relação entre jornalista e fonte é uma luta e um negócio permanentes. Para ilustrar essa proposição, o autor elenca estratégias utilizadas pelas fontes para atrair o jornalista e a forma que este se vale para colher informações com maior profundidade.

As fontes são especializadas na arte de dar certas quantidades de informação, não toda a informação, constituem-se como “filtros”. O jornalista, porém, colhe sempre mais dados do que a fonte pretende dar. Um porta-voz, mesmo muito treinado, pode libertar aquilo que



não deve dar, durante uma conversa. Ao jornalista chega um simples indício para prosseguir investigação. Esta continua no contacto com outras fontes, que podem satisfazer as suspeitas do jornalista (SANTOS, 1997, p. 164).

Outras técnicas elaboradas pelas fontes incluem a persuasão, pressão, manipulação – em casos de fontes oficiais – e marcação da agenda política, num pendular entre confiança e suspeita contínuas. “A relação entre os dois lados parece ser, frequentemente, de amor e de ódio” (SANTOS, 1997, p. 165). Já a importância da fonte pode ser vista sob três aspectos: relacionamento entre jornalista e fonte; o fato de a fonte não atuar de forma desinteressada; e a conclusão de que quanto mais alta a posição da fonte, mais confiança merece.

Os jornalistas, por sua vez, mantêm a hierarquização de contatos sobretudo pela manutenção de fontes ligadas diretamente ou com acesso ao poder. Nunca desprezam suas informações, mesmo que discordem de certos comportamentos. A exceção à regra reside em casos de terrorismo, nos quais os meios de comunicação asseguram acesso jornalístico a familiares e amigos dos detidos, que até anulam o discurso racional e justificativo do Estado.

Esse fenômeno de primar pela informação oriunda de fontes oficiais foi também objeto de estudo de Hall *et. al.* (1978), segundo os quais a mídia não cria as notícias de forma autônoma, mas elas são sugeridas por relevantes fontes institucionais. Segundo os pesquisadores, as próprias regras que visam preservar a imparcialidade da mídia – como a oficialidade das declarações, a representatividade das instituições consultadas e a qualificação do especialista – servem para orientá-la nas definições de realidade social. Assim, a mídia tende a reproduzir simbolicamente a estrutura de poder na ordem social institucional, uma vez que essa mecânica permite às instituições estabelecer a definição inicial ou primeira interpretação do tópico em questão, ou seja, tornam-se definidores primários que comandam o campo em todos os argumentos subsequentes e definem os termos de referência.

A mídia não simplesmente “cria” as notícias; nem simplesmente transmite a ideologia da “classe dominante” em uma moda conspiratória. De fato, sugerimos que, num sentido crítico, frequentemente a mídia não é um “definidor primário” das notícias em geral; mas seu relacionamento estruturado com o poder tem o efeito de fazê-la desempenhar um crucial mas secundário papel na *reprodução* das definições daqueles que têm acesso privilegiado à



mídia como “fontes acreditadas”. Nesse ponto de vista, no momento da produção das notícias, a mídia fica em uma posição de subordinação estruturada em relação aos definidores primários (HALL *et al.*, 1978, p. 59).

Outro requisito de valor quanto às fontes se refere à responsabilidade e velocidade no atendimento às pretensões do jornalista, i.e., fornecer informações adequadas, facilitar o acesso dos jornalistas à fonte autorizada, ajudar a encontrar um interlocutor, responder sem deformação e respeitar a liberdade de imprensa e independência do profissional da mídia. “Um dos aspectos que o repórter mais aprecia na fonte é o gosto que esta tem pelo jogo, o saber distinguir as organizações noticiosas, as horas de fecho, as diferentes necessidades de informação, o valor do exclusivo ou fuga de informação” (SANTOS, 1997, p. 167).

Independente dessa relação funcional, na qual se compreende quase uma prestação de serviço às necessidades e exigências do outro, o autor acrescenta que o processo de interação entre fontes e jornalistas sofreu alterações sociais e profissionais, o que modificou a percepção de um para o outro. Entre os agentes dessa mudança, destaca o aumento do número de jornalistas – em quantidade e qualidade – em contraposto ao fato que as instituições e empresas adotaram estruturas de relações públicas e assessorias de imprensa para protagonizar a luta e o negócio com os jornalistas. Outra verificação que influencia a relação entre os pares diz respeito à rotação profissional de ambos, o que pode tornar efêmera sua ligação. Jornalistas mudam de meio de comunicação ou até mesmo de atividade; as fontes, igualmente, estão constantemente a mudar posições, especialmente quando se trata de cargos políticos.

Mas como harmonizar uma relação marcada por interesses muitas vezes diversos? Santos (1997) entende que fontes e jornalistas organizam estratégias de adequação, i.e., “(...) formam um círculo hermenêutico cujo entendimento tem por missão a articulação de interesses comuns” (SANTOS, 1997, p. 169). Entre os objetivos, e.g., de empresas, estão a angariação de grupos econômicos para sua aquisição, promoção de seus líderes e notoriedade perante outras empresas do setor. Já os jornalistas procuram exclusividade, fugas de informação ou investigam dados publicados em primeira mão. “As notícias são, em primeiro lugar, uma comunicação entre jornalistas e as suas fontes recomendadas” (SANTOS, 1997, p. 169).



Além das estratégias de adequação que equilibram a relação entre jornalistas e fontes, a confiança e suspeita mútuas são as marcas que definem a habilidade do negócio. Por um lado, o repórter pode considerar que a organização quer tão somente publicidade, por outro, a fonte receia o uso impróprio de informações pelo jornalista. Trata-se, na verdade, da relação entre público e privado, na qual uma parte busca resguardar a intimidade, enquanto a outra pretende torná-la pública. Dessa forma, entende o autor, há uma permanente angústia no desfecho do negócio entre fonte e jornalista, porque uma parte não conhece por completo as motivações e linhas condutoras da outra.

Esse embate um tanto quanto nebuloso deságua no conceito de negociação, que, no caso das fontes e dos jornalistas, pode ser comparado ao jogo diplomático. Na negociação, movimenta-se segundo regras reconhecidas, atua-se a influência, a ação e a sedução, cujo melhor resultado seria alcançar interesses comuns, como expectativas, juízos, opiniões. “A negociação pressupõe uma relação de forças: cada protagonista quer exercer uma pressão sobre o outro, tentando demovê-lo das suas opiniões e aproximá-lo das suas próprias” (SANTOS, 1997, p. 175). Para individuar o *locus* desse jogo de forças, o autor se apropria do conceito de campo de notícia, extraído de Bourdieu.

CAMPO DE NOTÍCIA: O CENTRO DE VETORES MÚLTIPLOS

Para introduzir o argumento acerca do campo de notícia, o autor retoma os elementos e conceitos apresentados na obra, como ideologia institucional da fonte, construção social e cultural da realidade que o jornalista coloca na notícia, autonomia e cooperação, rotinas produtivas e estratégias organizativas, confiança e suspeita permanentes, matriz de divulgação que vai do secreto ao publicitado, entre outros. Ao longo do capítulo, compreende-se a relevância ao trazer o conceito para o centro da análise, especialmente pelo fornecimento de uma visão mais plástica dos conflitos, interesses e todas as vicissitudes que movimentam a relação entre fontes, jornalistas, organizações noticiosas e outros agentes.

Santos (1997) afirma que cada uma das partes procura criar uma agenda de temas e influenciar seus aspectos e tópicos. Fontes e jornalistas, assim, procuram protagonizar o jogo, mas sabem que são usados pelos outros agentes. “Um e outro dos lados negociam, no espaço da produção da notícia, pelas suas opções, numa luta pelo poder ou legitimidade da agenda” (SANTOS, 1997, p. 181). Dessa forma, aponta a necessidade



de apresentar o conceito de campo de notícia segundo a concepção de Bourdieu, segundo o qual “mostra-se como o lugar onde se geram, na concorrência dos agentes envolvidos, produtos políticos, problemas, acontecimentos, análises e comentários” (SANTOS, 1997, p. 181).

O interior desse campo é marcado pela polarização dos agentes. Enquanto as fontes libertam pequenos conjuntos de informações pretendendo orientar a agenda para certos assuntos, os jornalistas fazem investigações, como se fossem detetives, destacando novos conjuntos, tópicos ou aspectos numa perspectiva diferenciadora sobre o mesmo tema. Santos (1997) também releva quatro funções no contexto: antagonista (fontes), parte interessada (fontes que se relacionam com situação narrada), mediador ou árbitro e intermediário (que pode ser tanto fontes enquanto conselheiros e jornalistas enquanto artigos de opinião). “As notícias, as informações e investigações migram, seguem um fluxo em que diversas organizações noticiosas e diversos atores (fontes e jornalistas) participam, dando contributos complementares” (SANTOS, 1997, p. 183).

O autor segue explicando que a luta entre jornalista e fonte pode atingir níveis de exploração e intimidação, e avança precisando o conceito. “Neste [campo de notícia], os agentes investidos de competência, isto é, os jornalistas e as fontes, procuram, numa guerra contínua de posições, com recursos mobilizados e em processo de permanente evolução, interagir, concorrer, dominar, explorar e intimidar” (SANTOS, 1997, p. 184).

Ao longo do argumento, distribuí cinco características globais do campo de notícia: lugar de interação, de concorrência, de dominação, de exploração e de intimidação, que ajudam a compreender algumas características da relação jornalista-fonte, seus efeitos e que ajudam a aprofundar o conhecimento acerca da interação.

- Lugar de interação: “O campo de notícia enquanto lugar de interação projeta valores e poderes e implica o jogo de papéis, estatutos e dispositivos” (SANTOS, 1997, p. 185).
- Lugar de concorrência: onde se troca, negocia e se pretende obter supremacia. Trata-se de um número de organismos-fontes, que colaboram e concorrem entre si, contra um número de organismos-jornalistas, que também colaboram e concorrem. “Trata-se de um modo de troca entre dois grupos ou estruturas,



visando objetivos de prioridade, em termos de contato” (SANTOS, 1997, p. 187).

- Lugar de dominação: assim definido pela procura de influência e supremacia.
Constata-se um afrontamento de posições entre fontes e jornalistas, implicando a utilização de recursos num processo em permanente evolução, assente em sucessivos lances. Numa perspectiva de “nós contra eles”, a fonte enquadra a atividade no sentido de “sucesso”, ao passo que o jornalista busca o “desvio” para alimentar o valor/notícia. O conflito pode ser encarado como processo em que forças distintas mas poderosas dominam os temas e os interpretam, ajustando-se a interpretação noticiosa do acontecimento à vitória de uma das partes em confronto (SANTOS, 1997, p. 188).
- Lugar de exploração: a fonte utiliza uma linguagem austera, imperturbável e sem discussão para impressionar o jornalista. O autor denomina-a “linguagem de madeira”, com a qual “a fonte procura definir o terreno da argumentação, capaz de influenciar o enquadramento do que ‘é importante’ e do que ‘é irrelevante’” (SANTOS, 1997, p. 190). Nesta característica, também consta a pressão de anunciantes na redação. Por parte do jornalista, a exploração é atuada ao controlar uma informação e ao realizar o papel de *gatekeeper*.
- Lugar de intimidação: atinge grau elevado na degradação da relação entre fonte e jornalista. Por parte dos jornalistas, ocorre quando não respeita o embargo ou usa informação dadas *off the record*, colocando a fonte em perigo. No âmbito das fontes, a intimidação ocorre através do poder persecutório para o jornalista ou organização noticiosa, que se somam a pressões dos proprietários dos meios de informação, calúnias, difamações e perseguições, leis repressivas, sistema dominante dos valores-notícia e censura que os próprios jornalistas fazem ao seu trabalho.

Por fim, o autor conclui que as seguintes características compõem o campo de notícia: cooperação, concorrência, dominação e intimidação. E complementa:

O que parece conclusivo é o fato de as fontes – mesmo as oficiais – terem de trabalhar permanentemente para aceder à agenda jornalística. Os jornalistas, por seu turno, têm de “cultivar” fontes, para não ficarem isolados e “secos” de informação nova. A negociação pela notícia é, deste modo, uma realidade quotidiana (SANTOS, 1997, p. 192).

Com isso, buscou caracterizar o local onde se decide quais dos acontecimentos se transformam em notícia.



APONTAMENTOS CONCLUSIVOS

Na parte conclusiva, o autor acena as principais observações sobre as fontes e os jornalistas e seu relacionamento no processo de produção da notícia. Constata-se que as fontes são ativas e estrategicamente organizadas enquanto produtoras de ocorrência de acontecimentos, traçados antecipadamente e enviados sistematicamente aos jornalistas. “Disponibilidade permanente e acesso garantido pressupõem organização e rotinas produtivas por parte das fontes de informação, que estruturam estratégias definidas e adequadas aos acontecimentos a divulgar” (SANTOS, 1997, p. 193).

De forma semelhante, o jornalista adéqua a informação aos objetivos da organização noticiosa. Identifica-se uma luta permanente entre os objetivos individuais do jornalista e os interesses sociais e econômicos da organização a que pertence. “Isto significa que o jornalista, após a seleção de acontecimentos, produz a notícia seguindo normas e protocolos relativamente definidos, e que resultam no conjunto de reuniões formais e informais, a que chamei de cultura de redação” (SANTOS, 1997, p. 193).

Outra conclusão frutífera diz respeito aos interesses que movem fontes e jornalistas e caracterizam o jogo estabelecido no campo da notícia. Tanto fontes como jornalistas movem-se em sentidos antagônicos em suas esferas de atuação. No caso das fontes, por um lado procuram revelar o sucesso, os acontecimentos dos dias luminosos ou de glória; por outro, tentam esconder o desvio, os acidentes, as perdas. Por sua vez, o jornalista trabalha para destacar o anormal, o escândalo, a revelação de segredos e lutas internas das fontes, dando atenção modesta ao que a fonte considera como sucesso. “Pode-se considerar, assim, que entre as duas partes há cooperação mas também autonomia, em que esta ambivalência é acompanhada de sentimentos distintos de confiança e suspeita” (SANTOS, 1997, p. 194).

A partir do trabalho de campo realizado pelo autor na revista Fortuna, na qual permaneceu durante cerca de dois meses na sala de redação, o autor também reuniu conclusões acerca dos modelos de comportamento dos protagonistas, marcados, sobretudo, por classe média, estudos universitários, a fonte sendo mais velha do que o



jornalista e tendência política de centro/centro-esquerda. Do lado das fontes, percebe-se um esforço de modernização de protocolos administrativos, incluindo a comunicação proativa, de crise e o planejamento de acontecimentos.

O campo de notícia também teve sua pertinência destacada. Nele, ocorre luta pelo poder, na afirmação de paradigmas legitimadores de posições que o mesmo poder pretende perpetuar.

Há uma circularidade neste processo de luta e de negócio entre fontes e jornalistas, com aquelas a clamar valores positivos das suas instituições e este a tornar objetivos os seus ideais de rigor e isenção, mas, ao mesmo tempo, com as fontes desconfiando do peso crescente de opinião no tratamento da notícia e os jornalistas realçando o aspecto de relações públicas e de promoção por parte das fontes (SANTOS, 1997, p. 196).

PISTAS PARA TRABALHOS FUTUROS

Por ter se dedicado ao estudo empírico de uma publicação de periodicidade mensal, o autor adverte a necessidade de novas pesquisas em outras mídias jornalísticas e registra pistas que serviriam de tema para novos trabalhos.

No que tange o estudo das fontes, aconselha a produção de um conceito de fonte de informação enquanto profissional e a relação fonte-fontes concorrentes a partir do estudo de suas atividades no interior das suas organizações. Também recomenda trabalhar com maior profundidade o conceito de fonte e a importância de traçar em pormenores as fronteiras entre informação ética e informação comercial nas fontes.

Outra possibilidade de pesquisa é o estudo empírico nas fontes de informação em organizações distintas, como estruturas do Estado ou a si ligadas e empresas ou instituições no sentido de encontrar leis ou normas de atuação.

Já nos estudos sobre os jornalistas, o autor sugere definir melhor o “peso” das fontes oficiais e não oficiais nos distintos meios de informação e a forma como acolhem as fontes não oficiais. Também julga apropriado pesquisar as rotinas e formatos em diferentes “media”, definir e separar os conceitos de polo intelectual e polo comercial dos jornalistas na atualidade, o impacto das agências de comunicação como mediadoras



ou promotoras de acontecimentos e as relações de poder no interior da organização noticiosa.

CONTRIBUTOS PARA UMA ANÁLISE DE CONTRA-ROTINA

Ao longo desta análise crítico-analítico da obra de Santos (1997), reconhecida por se constituir como um dos poucos estudos modernos na área das *communication research* a se debruçar com tamanha ênfase na relação entre jornalista e fonte de informação, a certeza acerca da profissionalização das fontes se tornou mais cristalizada. O que se pretende, contudo, não é sublinhar a existência da negociação jornalística entre os diversos atores – já exaustivamente pormenorizada no estudo analisado –, mas se valer de suas contribuições para iniciar um percurso investigativo em busca de elementos que, justamente, extrapolam a assim definida “cultura de redação” (SANTOS, 1997) ou rotinas de produção (WOLF, 2009), identificadas como coleta, seleção e apresentação (especialmente o primeiro item, por sua relação com o elemento “fontes”).

A fase de coleta se caracteriza por certa passividade que a redação apresenta ao se limitar a receber materiais produzidos em outros lugares e reestruturá-los de acordo com seus valores-notícia, formato e meio.

(...) os canais de coleta do material já se encontram profundamente estruturados em função de avaliações sobre sua noticiabilidade, e no seu funcionamento acabam por confirmar e reforçar os critérios de relevância: determina-se uma circularidade que provavelmente contribui para explicar o caráter implícito e de indeterminação do que Bechelloni chama de “profissionalismo político” (WOLF, 2009, p. 230).

De certa forma, identifica-se certa inferiorização da atividade, resumida a uma função de ajuste marginal. “O exemplo mais frequente é a prática de escolher entre as comunicações de agências e de publicá-las como notícias, com apenas alguma leve modificação superficial, estilística, ou acompanhadas por algum suporte visual” (WOLF, 2009, p. 230). Uma importante conclusão a que se chega se refere ao fator “tempo”, que inevitavelmente condiciona o processo de *newsmaking*. Justamente ligado a esse elemento, Wolf (2009) visualiza uma retroalimentação de fontes tradicionais e profissionalizadas, como apontadas no início deste trabalho.

A fase da coleta dos materiais noticiáveis é influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias, a fim de



conseguir confeccionar, a cada vez, o produto exigido. Naturalmente, isso acaba por privilegiar os canais de coleta e as fontes que mais satisfazem essa exigência: as fontes institucionais e as agências (WOLF, 2009, p. 231).

Essa rotina – ou “cultura de redação” – pode ser também constatada na própria relação entre jornalista e fonte de informação. Contudo, apesar de os processos de coleta, seleção e apresentação se desenrolarem de forma mecânica na práxis jornalística, vislumbra-se ainda o respiro de valores individuais do jornalista exatamente na negociação com a fonte, quando entram em campo a sagacidade, a astúcia, a criatividade, a perspicácia e a inteligência que escapam ao jornalismo empresarial burocratizado – que se estabeleceu no processo de construção da notícia – e correm para um jornalismo enquanto ação criativa.

Com isso, esta análise introdutória significou um esforço em registrar elementos característicos da relação entre jornalista e fonte de informação – responsáveis por criar um processo de negociação –, que serviram de ponto de partida para avançar em um projeto que propõe ações de contra-rotina para o exercício de um jornalismo mais livre. E a etapa mais adequada identificada para essa proposta foi justamente na relação entre os pares, uma vez que, sustentada por indivíduos, permite uma dialética humana de exaltação de virtudes e capacidades do jornalista enquanto pesquisador, detetive e investigador.

REFERÊNCIAS

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. ed. São Paulo: Summus, 2007.

GANS, H. J. **Deciding what's news**: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. Nova Iorque: Random House, 1979.

GOMIS, L. **Teoría del periodismo**: como se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

HALL, S. *et al.* **Policing the crisis**: mugging, the state and law and order. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1978.

LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MOLOTCH, H.; LESTER, M. **News as purposive behaviour**: on the strategic use of routine events, accidents, and scandals. *American Sociological Review*, v. 39, n. 1, p. 101-112, fev. 1974.



PINTO, M. **Fontes jornalísticas**: contributos para o mapeamento do campo. In: Comunicação e Sociedade, Vol 14 (1-2), 2000, 277-294, Braga: Universidade do Minho.

SANTOS, R. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.

SCHLESINGER, P. Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme. In: **Réseaux**, 1992, volume 10 n°51. pp. 75-98.

TIXIER-GUICHARD, R.; CHAIZE, D. **Les Dircoms**: à quoi sert la communication? Enquête. Paris: Seuil, 1993.

TUCHMAN, G. Qualitative methods in the study of news. In: Jensen e Jankowski (ed.), **A handbook of qualitative methodologies for mass communication research**. Londres: Routledge, 1991.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. 4. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.