

OS RELEVOS DA MEMÓRIA

THE RELIEFS OF MEMORY

Edição v.35
número 3 / 2016-17

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), v. 35, n. 3
dez/2016-mar/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

LUCIA SANTA CRUZ

Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), jornalista, pesquisadora em Comunicação. Professora da ESPM/RJ. Pesquisas atuais englobam memória e identidade corporativa, mídia, sustentabilidade, consumo. Brasil.

luciasantacruz@gmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

SANTA CRUZ, Lucia. Os relevos da memória. Contracampo, Niterói, v. 35, n. 03, dez. 2016/ mar. 2017.

Enviado em 11 de novembro de 2015 / Aceito em: 29 de abril de 2016.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20505/contracampo.v35i3.902>

Resumo

Este artigo aborda projetos memorialísticos desenvolvidos por meios de comunicação. Iniciativas como Memória Globo, Memória O Globo e Acervo Estadão se mostram, simultaneamente, movimentos de valorização da memória e instrumentos de produção de novas versões sobre fatos passados, envolvendo ou não os veículos jornalísticos. Além de funcionarem como resgate e preservação da história dos veículos, reforçando ou estabelecendo uma determinada identidade, são o que Pierre Nora chamou de "lugares de memória" - espaços físicos ou não onde indivíduos e grupos sociais podem ancorar sua memória, face ao fenômeno da aceleração da história que torna o presente cada vez mais volátil. Ao assumirem esta configuração, colocam em questão aspectos constituintes do jornalismo, tais como critérios de atualidade e novidade, além de fomentarem uma rediscussão dos valores de noticiabilidade.

Palavras-chave

Jornalismo 1; Memória 2; Memória Globo 3; Centros de memória 4; Valor-notícia 5

Abstract

This article discusses memoirs projects developed by the media. Initiatives such as Memória Globo, Memória O Globo, Acervo Estadão, are shown, simultaneously, as memory enhancement movements and instruments of production of new versions of past events, whether or not involving journalistic vehicles. Besides functioning as rescue and preservation of the history of vehicles, strengthening or establishing a certain identity, they are what Pierre Nora called "places of memory" - physical spaces or not where individuals and social groups can anchor his memory, given the phenomenon of acceleration of history that makes this increasingly volatile. In assuming this setting, they call into question constituent aspects of journalism, such as criteria of relevance and novelty, and foster renewed discussion of one newsworthiness values.

Keywords

journalism 1., Memory 2; Memória Globo 3; Memory centers 4; Newsworthiness 5

Introdução

As comemorações dos 50 anos da Rede Globo, em abril de 2015, indicam uma crescente valorização da memória como uma chave de leitura da contemporaneidade. Entre os produtos desenhados para a celebração de meio século está um especial para o Jornal Nacional, em cinco edições de 20 minutos, produzido a partir de um encontro com 16 jornalistas da emissora mediado pelo editor-chefe do noticioso, William Bonner. Sentados ao redor de uma mesa no formato da logomarca da Tv Globo, os profissionais foram apresentados pela âncora Renata Vasconcellos:

Nesta semana a Globo vai completar 50 anos. E a comemoração aqui no JN vai ser de um jeito inédito. Para lembrar as coberturas jornalísticas mais marcantes deste período, nós vamos provocar a memória dos autores daquelas reportagens. Para representar os milhares de profissionais que construíram o jornalismo da Globo em 5 décadas, nós reunimos 16 repórteres para dividir experiências, lembranças, informações de bastidores. E a emoção que tudo isso junto pode provocar. (VASCONCELLOS, 2015, 20/4/2015)

Por meio da projeção de reportagens de época, intercaladas pelos relatos dos repórteres que as produziram, lágrimas, brincadeiras, lembrança de apelidos: uma roda de papo de amigos para buscar no baú das recordações os melhores momentos jornalísticos da emissora.

A série especial, que foi ao ar entre os dias 20 e 24 de abril, contou com cinco episódios, sempre ao final do Jornal Nacional. No último dia, uma surpresa: Cid Moreira e Sérgio Chapelin, que durante 18 anos apresentaram o telejornal, voltaram à bancada. A dupla que marcou a história do telejornal entrou no ar para lembrar momentos marcantes de sua trajetória e de outros apresentadores. Cid e Chapelin fizeram a chamada para o último episódio da série e encerraram com o tradicional boa noite. (MEMÓRIA GLOBO, 2015 s/p)

Contar a trajetória do jornalismo da principal emissora de televisão brasileira por meio dos relatos pessoais dos seus profissionais é um recurso que se insere num quadro de valorização da recordação, no que muitos pesquisadores têm considerado uma cultura da memória (HUYSSSEN, 2000; 2009; 2014; RIBEIRO e BARBOSA, 2007). Uma das características desta cultura da memória é justamente a expansão

da categoria do memorável. Alarga-se o espectro do que merece ser recordado. “No mundo atual, marcado pelo terror do esquecimento, a memória emerge quase como um dever ou obsessão” (RIBEIRO, 2014 p. 76). Ao mesmo tempo, se incorporam novos modos de pensar o passado e relatá-lo, assumindo como válido o depoimento, o relato oral, a escrita de si, o relato autobiográfico.

Projetos memorialísticos crescem em diversas dimensões, seja no cenário político, cultural, social, empresarial. Mais recentemente, identificamos também iniciativas deste tipo no ambiente jornalístico. Os próprios veículos estabelecem projetos de guarda de sua história. Não se está falando aqui de arquivos jornalísticos, a simples manutenção da produção de um órgão da imprensa para consulta por outros profissionais e pesquisadores. São iniciativas de preservação da memória e da história jornalística daquele veículo em específico.

Este artigo apresenta parte dos resultados de pesquisa apoiada pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM), a qual se debruça sobre projetos memorialísticos desenvolvidos por meios de comunicação, colocados à disposição do público através da internet, e que também produzem conteúdo novo, através da rearticulação de sentidos e da reconstrução do passado.

A linha do tempo

A questão do tempo é um elemento central no jornalismo, pois condiciona o processo de produção das notícias, marcado pelas horas de fechamento das edições de jornais impressos, sites informativos, telejornais, revistas e programas de rádio. Dentro das linhas mestras sobre as quais o jornalismo foi construído, tudo é momentâneo, tudo é circunstancial. “O jornalista trabalha simultaneamente contra o tempo e a favor do tempo. A velocidade e a rotina são os dois polos quase absurdos em que ele monta seu mecanismo de ação” (DINES, 2009, p. 67).

As notícias, por serem caracterizadas como bens altamente perecíveis, devem ser reportadas o mais rápido possível. “O jornalismo

é, em certo sentido, uma espécie de 'simulação' da imediaticidade, já que a realidade distante é reconstituída enquanto singularidade" (GENRO FILHO, 2012, p. 135).

O imediatismo, nesse âmbito, é "um conceito temporal que se refere ao estado de tempo que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento" (TRAQUINA, 2005, p. 37).

Otto Groth, um dos primeiros a defender a "necessidade de fundamentar uma ciência autônoma dos jornais" (GROTH, apud MAROCCO e BERGER, 2006), considerava que a atividade jornalística obedece a quatro categorias – periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (no sentido de publicizar). Por atualidade, ele compreendia a característica de o jornal informar sobre o que é atual, presente, momentâneo, novo. Contudo, atual não é o mesmo que novo. Atual significa que algo acontece no tempo presente.

Nesse sentido, o jornalismo fala do agora, do instante, do que está em desenvolvimento neste exato momento, sendo que o tempo dessa fala também está ocorrendo. É uma delimitação quase cirúrgica do real, pretendendo-se extremamente precisa, em busca do aprisionamento do momento em si, da exatidão do acontecimento, quando ele acontece e é imediatamente relatado pelo jornalismo.

Essa dupla contemporaneidade reforça o caráter de atualidade do jornalismo, ao mesmo tempo em que destaca a notícia como o relato verídico (e nunca como uma versão, dentre tantas possíveis, a respeito de um fato). O jornalista é aquele que colhe o fato, registra o acontecimento e o seleciona para se tornar notícia. O que pode nos levar a concluir que os jornais são os diários da humanidade, contendo os registros dos principais acontecimentos de cada dia. (SANTA CRUZ, 2014 p. 34-35)

A associação entre tempo presente e jornalismo está expressa, em diferentes modalidades, pelos próprios profissionais da notícia. Como relata Santa Cruz (2014), Albert Camus, na Segunda Guerra Mundial, cunhou a frase "**o jornalista é o historiador do instante**". Caco Barcellos, repórter televisivo, se assume como um **historiador do tempo presente**. Eliane Brum, repórter, se define como **historiadora do cotidiano**. Estas percepções guardam ligação com a próxima

concepção de História do Tempo Presente, surgida na França no final da década de 1970 e início da década de 1980, como aponta o historiador Henry Rousso em entrevista à revista Tempo e argumento.

[A história do tempo presente é uma história](...) na qual o historiador investiga um tempo que é o seu próprio tempo com testemunhas vivas e com uma memória que pode ser a sua. A partir de uma compreensão sobre uma época que não é simplesmente a compreensão de um passado distante, mas uma compreensão que vem de uma experiência da qual ele participa como todos os outros indivíduos (AREND, MACEDO, 2009 p. 202)

O jornalista, portanto, produz relatos calcados em sua experiência e enquanto se dá esta experiência. Nesse sentido, se pode considerar que, no jornalismo, a recriação do real é uma forma de ordenar a leitura do mundo, “produzindo conhecimento legitimado acerca dos eventos que marcam e enredam a contemporaneidade” (BERGER, TAVARES, 2014 p.9). Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) ressaltam que o jornalismo se vale de estratégias de presentificação que pretendem dar ao leitor certa reconstituição mental das cenas narradas.

A novidade objetiva do jornalismo teria assim absorvido o lugar reservado anteriormente a outras práticas narrativas, como um valor oposto ao acontecimento antigo. É a visão do jornalismo como organização discursiva do mundo, um sistema de construção de sentidos, como defendido por Muniz Sodré. Ou a ideia da notícia como um produto cultural “cuja magnitude vai além do ato de informar, situando o indivíduo na complexa sociedade contemporânea” (MOTTA, 2002, p.11). As notícias assumem uma forma narrativa, uma narração da história contemporânea.

Por um lado, são informativas (ainda que impregnadas de elementos das ideologias e dos imaginários de quem a produz). Por outro, essas mesmas notícias instigam a imaginação dos leitores-receptores, que trazem para o ato de leitura toda a memória cultural de que são portadores. (...) O consumo de notícias veiculadas através dos jornais ou das emissoras de rádio e de televisão por uma grande parcela da população mundial é hoje um ato ritualístico que se repete diariamente, através do qual os indivíduos retomam regularmente o contato com a realidade caótica. Ler, ver ou ouvir notícias diariamente se incorporou à cotidianidade, se

agregou ao ciclo cronológico do homem de hoje. (MOTTA, 2002, p.13)

O ato de consumir notícias de fato se incorporou à rotina diária da contemporaneidade, independentemente dos conteúdos veiculados e consumidos (MOTTA, 2002, p. 14). Ligar a televisão para assistir noticiário e se situar em relação dos acontecimentos do mundo é um hábito rotineiro de milhões de pessoas em todo o mundo, assim como ler jornais impressos, ouvir rádio ou acessar a internet.

O acontecimento é uma singularidade, uma experiência singular na temporalidade. Assim, o poder da narrativa do acontecimento consiste na exposição do fato social – a narrativa jornalística desta maneira “ilumina” o acontecimento, lança luzes sobre ele, o faz, por uma determinada perspectiva, acontecer. A narrativa temporaliza o acontecimento, o que conduz à constatação de que quem dita o ritmo do nosso tempo é o jornalismo. Há uma imensa diferença entre o acontecimento em geral e o acontecimento jornalístico, porque o segundo é narrado, obedece, portanto, as regras da narrativa com a intenção de construir sentidos e situar seus leitores dentro de uma cartografia previamente mapeada. (SANTA CRUZ, 2012 p. 1)

Se as narrativas jornalísticas registram esse acontecimento fugaz, elas também operam no reconhecimento do cotidiano. O cotidiano como tempo possível, como lugar do acontecimento, como referencial da contemporaneidade. Márcia Benetti e Sean Hagen (2008), a partir das concepções de Agnes Heller, Michel de Certeau e Berger e Luckmann sobre a vida cotidiana, ressaltam que o homem permanece na esfera da vida cotidiana.

A vida cotidiana é repleta de significação, pois é onde os atributos humanos se tornam concretos e é onde o homem se relaciona consigo mesmo e com o outro no tempo presente. O tempo vivido é também opressor, carregando as condições históricas que permitem ao homem exercer suas potencialidades de modo pleno ou limitado. É o tempo possível que nos permite aceitar o que nos é ofertado ou criar o inusitado, sempre nos limites socialmente dados como referenciais de contemporaneidade. (BENETTI; HAGEN, 2008 p.5)

Franciscato, em sua obra ***A fabricação do presente*** (2005), mostra como o processo de constituição do jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais, criando as noções

de atualidade e de presente. Para ele, o jornalismo atua de forma privilegiada como reforço de uma temporalidade social, enquanto produtor de formas específicas de sociabilidade, construindo um tipo específico de vivência social do tempo presente. O tempo presente está, portanto, muito além de uma qualidade particular de um produto, mas se estabelece como um fenômeno social composto por práticas sociais, relações de sentido e atributos inscritos em produtos culturais. Estes elementos, de acordo com Franciscato, é que tornam a vivência do tempo presente uma experiência concreta, compreensível como um objeto social e dotado de um conteúdo com um sentido partilhado.

Alfred Schutz (2003) procurou estabelecer as bases de uma sociologia fenomenológica, a qual influenciou diretamente Berger e Luckmann, os quais, por sua vez, a partir do conceito de construção social da realidade, fornecem a base para as teorias construcionistas do jornalismo. Schutz, como aponta Moretzsohn (2007), assume como fio condutor de sua obra a reflexão sobre a estrutura dotada de sentido do mundo da vida cotidiana. Para ele, é na vida cotidiana que ocorrem as mediações entre os indivíduos, sendo, portanto, essencial para se compreender as estruturas simbólicas constitutivas do social.

O autor ressignifica o "mundo do sentido comum", ou "mundo da vida", que se origina a partir das experiências, pensamentos e ações dos sujeitos. 'É o mundo assumido como pressuposto, de modo que 'aceitamos sem questionar a existência do mundo exterior, o mundo de fatos que nos cerca' (SCHUTZ, 1979, p.58). Nesse mundo, portanto, não temos interesse teórico, mas um interesse eminentemente prático, e por isso o pensamento cotidiano está menos voltado para a antítese verdadeiro-falso do que para a escorregadia transição provável-improvável. (...) Esse processo de naturalização da vida exige a suspensão da dúvida que nos levaria a indagar por que as coisas são como são. O que, por sua vez, implica a hipótese profundamente enraizada no senso comum de que, até segunda ordem, o mundo vai continuar sendo, essencialmente, o mesmo. (MORETZSOHN, 2007 p. 47-48).

Assim, o senso comum se apoia na crença natural em um mundo, na sua realidade, seu aqui e agora, com um passado e um provável futuro que é dado a todos nós de uma maneira muito semelhante. Essa

percepção constitui o cimento filosófico do mundo do sentido comum. Para Schutz, a realidade iminente se baseia na verdade aparente da atitude natural. Portanto, o senso comum se apoia nessa noção de “atitude natural”, entendida como o modo pelo qual o indivíduo percebe o mundo. Para o senso comum, a ocultação da complexidade é uma das características da vida cotidiana.

Se considerarmos que o jornalismo é uma forma de conhecimento vinculada necessariamente à vida cotidiana e associada ao ideal iluminista de esclarecimento, como propõe Moretzsohn (2007 p. 29), teremos que considerar também que as práticas jornalísticas atuam sobre o senso comum, conformando-o e deformando-o.

O jornalismo é, portanto, um domínio discursivo que opera a reconstrução do real. Nesse sentido, os textos jornalísticos não são a própria realidade, mas um modo de reescrevê-la baseado em técnicas específicas que prescindem de critérios como atualidade e interesse público. A concepção de jornalismo como forma de conhecimento faz supor que ele tanto transmite, quanto produz e recria os acontecimentos. (CRUZ, 2014 p.4)

A recriação dos acontecimentos implica, portanto, também num trabalho incessante de urdidura ideológica do real, numa constante construção do cotidiano, operando sobre o senso comum, de maneira performativa, disciplinadora e estabelecendo padrões de normalidade.

Ao cobrir os acontecimentos da atualidade o jornalismo procede a elaboração de um conhecimento da vida cotidiana reconhecendo o que move a política, a economia, a cultura e, ainda, o que fica na sombra destas grandes temáticas. A mediação da historicidade da vida cotidiana se encontra vinculada ao jornalismo, e é esta condição que alguns cientistas sociais percebem e incorporam em suas tentativas de capturar o tempo presente, incluindo fragmentos jornalísticos para organizar, a partir deles, o argumento que explica que o tempo presente “é assim”. (BERGER, TAVARES, 2014 p. 11)

Podemos então considerar que os objetivos do jornalismo são informar e oferecer o presente social. A tarefa de decifrar a atualidade e entregar ao leitor o que compreende como contemporâneo é associada aos critérios de relevância do que o jornalista – ou o jornalismo como instituição – percebe como digno de notabilidade.

O jornalismo é um discurso comprometido com o

contemporâneo – não apenas como lugar do atual, mas também e especialmente como lugar de objetivações sobre o que importa saber agora e como deve agir o sujeito que está de acordo com seu tempo. (BENETTI; HAGEN, 2008, p.1)

Os efeitos sociais da produção rotineira de notícias podem ser analisados pela perspectiva do poder que a mídia tem de determinar quais assuntos a sociedade, num determinado momento, deve entender como importantes. Conhecida como *agenda setting*, essa teoria considera que existe uma forte correlação entre a ênfase que a mídia coloca em certos assuntos, seja pelo destaque na apresentação do assunto ou pelo volume de cobertura, e a importância atribuída pela população a essas questões. (MCCOMBS & SHAW, 1972).

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os meios de comunicação de massa incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979)

A teoria do agendamento nos diz que as notícias pautam nosso dia a dia, nossas conversas, e isso acontece com o poder da mídia de selecionar o mais importante, dentre um repertório de fatos, e nos fazer enxergar essa relevância, aderindo a ela. Essa adesão implica um impulso à ação, mesmo que a ação seja somente considerar um acontecimento como um assunto relevante. A mídia não apenas fornece o conhecimento que modela a ação, mas também materiais e enquadramentos que modelam as memórias, aquilo que lembraremos no futuro (ou mesmo no presente) daqueles eventos.

Essa perspectiva do jornalismo de tornar presente o acontecimento contém duas dimensões. Uma dá concretude, materialidade, visibilidade a um evento, travestindo-o com a configuração da notícia. Outra permite que este mesmo evento se transforme no tempo atual. É no hoje que as notícias ocorrem, que o noticiário se desenrola.

O presente se torna, assim, tanto o assunto quanto o tempo

da descrição deste assunto. (WEAVER, 1993). O fator tempo define o jornalismo como relatos atuais sobre acontecimentos atuais. Não à toa os manuais clássicos de redação jornalística apregoam que os verbos usados nas manchetes das notícias devem sempre estar no presente, sendo que um bom título sempre contém um verbo. Noticiar é uma ação que se desenrola no presente ao mesmo tempo em que o molda.

Alfredo Vizeu usa o sociólogo e jornalista norte-americano Robert Park, um dos primeiros a estudarem o jornalismo, para destacar esse caráter de atualidade e de instância amarrada ao presente dos relatos noticiosos.

como forma de conhecimento, a notícia não cuida essencialmente do passado nem do futuro, senão do presente – e por isso foi descrita pelos psicólogos como o presente precioso por ser uma mercadoria sumamente perecível. Para o autor, na verdade, a notícia realiza, de certo modo, para o público as mesmas funções da percepção. Ele defende que a função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real. (VIZEU, 2005 p.85)

Para além de identificar o presente e determinar os temas da agenda social e das agendas individuais dos cidadãos, os meios de comunicação também trabalham com uma seleção do que merece ser lembrado ou esquecido, reconstruindo o passado.

Ao atualizar o fato, a mídia reconstrói o presente, inscrevendo o que deve ser recordado no futuro – e o que não merece constar do repertório histórico. Essa operação, que sem dúvida importa também em mecanismos ideológicos de ocultação/revelamento de fatos e posições políticas, se dá, curiosamente, por um processo de desorganização da realidade, sob a alegação inversa, de classificar os acontecimentos para melhor apresentá-los ao público. (SANTA CRUZ, 2014). Essa operação também produz uma forma específica de conhecimento da realidade, mediada pelo jornalismo, como aponta Ronaldo Henn:

As pessoas elaboram seus conhecimentos sobre o mundo a partir daquilo que a mídia inclui ou exclui de seu próprio conteúdo. Ao mesmo tempo, a capacidade de influência da mídia sobre o conhecimento daquilo que é importante e relevante varia de acordo com os temas tratados, (HENN, 2006 p.179).

Além de promover o agendamento destes assuntos, ao atualizar os fatos através de projetos de memória, a mídia também desempenharia um enquadramento – *framing* - isto é, organizando a realidade dentro de determinados eixos, de modo a permitir o entendimento dos temas.

Os acontecimentos, enquanto notícias, são regularmente interpretados dentro de enquadramentos que derivam, em parte, desta noção de consenso enquanto característica básica da vida quotidiana. São elaborados através de uma variedade de “explicações”, imagens e discursos que articulam o que o público supõe pensar e saber da sociedade (HALL, 1993 p. 227).

O enquadramento é, na percepção dos jornalistas, uma ferramenta necessária para reduzir a complexidade de um tema, o que se alinha com as condições de produção das notícias e seu tempo de veiculação. Através de procedimentos como seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspectos e informações, os jornalistas operam no processo de significação das notícias e organizam o discurso em circulação na sociedade.

Soares (2012) aponta que o conceito tem origem na obra *Frame analysis*, do sociólogo norte-americano Erving Goffman (1974), na qual os enquadramentos são definidos como marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem às pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais, basicamente, respondendo à pergunta: “O que está acontecendo aqui?”. Maurice Halbwachs, sociólogo francês, responsável por introduzir o conceito de memória coletiva nos estudos de memória, até então marcados pelo subjetivismo individual de Henri Bergson, apontou a relação entre *framings* e memória coletiva. A memória coletiva necessitaria do estabelecimento e da circulação de algum tipo de enquadramento social para que possa operar (HALBWACHS, 1990).

Se o jornalismo fomenta “mapas culturais de significado” (HALL, 1993 p. 225), ele é determinado por uma articulação entre as condições de produção das notícias, a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e as condições de produção. Esta é a perspectiva do *Newsmaking*, teoria que surge na década de 70 entendendo as notícias

como construção, na esteira de estudos como ***A construção social da realidade***, dos sociólogos Peter Berger e Thomas Luckmann. A obra discute como a ação subjetiva humana é capaz de criar fatos objetivos que, por sua vez, interferirão na subjetividade dos indivíduos. Assim, a realidade social não é dada, não é natural, mas criada e transformada pela ação humana. O que se designa como realidade social é algo instituído pelos processos de significação, num procedimento ancorado na linguagem. (BERGER e LUCKMAN, 2001). Como a comunicação midiática ocupa lugar de destaque para a organização social, pela veiculação de formas simbólicas representativas culturalmente para os indivíduos, o jornalismo é considerado como uma das principais referências na construção social da realidade contemporânea.

Nelson Traquina (2005) aponta que vários estudos identificam as notícias tanto como operadoras deste processo como resultado dele, mas é o livro de 1978 *Making News: A study in the Construction of reality*, da socióloga norte-americana Gay Tuchman, resultado de uma pesquisa etnográfica em redações de jornais nos Estados Unidos, que formata as características do *Newsmaking*.

Entre estas características, estão justamente os processos de produção da notícia. De acordo com a teoria, espera-se que os veículos noticiosos sejam capazes de a) tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como noticiável; b) elaborar relatos capazes de retirar do acontecimento sua particularidade; c) organizar temporal e espacialmente este conjunto de tarefas transformadoras para que possam ser consumidos.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço, para cumprirem o desafio de apresentar produtos noticiosos dentro de prazos cada vez mais enxutos. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. Convenções de organização do trabalho determinam e definem o que seja notícia e legitimam o processo produtivo.

Desta maneira, a noticiabilidade dos fatos – isto é, sua aptidão

potencial para se tornarem notícias – está diretamente relacionada com os processos de rotinização e standardização das práticas produtivas. (WOLF, 1994). Para operacionalizar esse processo de controle e seleção de fatos e produção de notícias, as empresas jornalísticas utilizam critérios de relevância, os valores-notícia. Vizeu chama a atenção para o fato de os valores-notícia estarem

espalhados ao longo de todo o processo de produção, isto é, não estão presentes só na seleção de notícias, mas participam de todas as operações anteriores e posteriores à escolha, embora com um relevo diferente em cada situação. Eles são dinâmicos. Ou seja, mudam em função de aspectos culturais, sociológicos e tecnologias (VIZEU, 2007 p. 225).

Os jornalistas, portanto, empregam uma variedade de tipificações no seu trabalho diário – hábitos, rotinas, pressupostos e formas de lidar com o novo. Essas tipificações, que vêm da experiência passada, são uma modalidade de memória. Na atividade jornalística se consolidam como valores-notícia, os quais, por sua vez, se baseiam no que já foi considerado um valor-notícia no passado. Jeffrey Olick (2014) defende que os valores-notícia são moldados pela memória social e coletiva.

Uma vez que Atualidade e Novidade são dois valores-notícia considerados como critérios de noticiabilidade dos fatos, em que medida o passado retorna como memória e, mais precisamente, como notícia através da atuação dos três centros memorialísticos que esse projeto elege como objetos de estudo? Essa produção não estaria em desacordo com o que afirma Charaudeau: “o acontecimento será selecionado e construído em função de seu potencial de atualidade, de socialidade e de imprevisibilidade”? (CHARAUDEAU, 2006 p. 101). Por outro lado, se considerarmos que os projetos de memória institucional desenvolvidos pelos veículos de comunicação também produzem conteúdo noticioso, portanto jornalístico, a partir do passado, somos levados a questionar como se dá esse agenciamento de acontecimentos não-recentes, porém alçados à condição de novidade, de notícia.

A resposta mais imediata é a que considera “o tempo em si como um objeto de representação e um tema de narrativa” (TENEMBOIM-

WEINBLATT, 2014 p. 97). Se antes a memória estava reservada para lugares de monumentalização, sua expressão encontra atualmente diversas manifestações. Nas sociedades mediatizadas, os meios de comunicação oferecem, também no que diz respeito aos discursos vinculados ao passado, um lugar privilegiado na disputa dos sentidos. A mídia se assemelha, desta forma, ao conjunto de rituais que permitem a rememoração compartilhada, a qual assimila a pertinência pública da recordação individual. (HALBWACHS, 1990).

Dos arquivos aos centros de memória

A coleta e a guarda de material produzido periodicamente pelos veículos de comunicação – fossem as fotos utilizadas (ou não) nas edições diárias, os áudios nas rádios, os vídeos nas televisões – já eram objeto de arquivamento. Os órgãos acumulavam estas produções, alguns com mais organização, outros ainda como simples depósito. Era o arquivo, onde eventualmente o repórter se embrenhava para encontrar a fotografia daquela fonte específica ou consultar uma reportagem já veiculada. O Jornal do Brasil foi o pioneiro, em 1964, na implantação de um departamento de pesquisa, que produzia novos conteúdos a partir do material guardado em seu acervo, como conta Alberto Dines, que foi editor-chefe do jornal por 12 anos e responsável pela criação do departamento.

A finalidade do departamento de pesquisa não era somente armazenar informações e pô-las a serviço da reportagem, do copidesque e dos editoriais. Essa versão do *research department* era adotada então nos grandes jornais americanos. Nossa nota original foi a criação de uma equipe de redatores e consultores de alto nível, aptos a produzir, além do levantamento de dados, material extensivo de apoio para melhor circunstanciar o noticiário. (...) A pesquisa, na sua fase mais criativa, sob a direção do jornalista Roberto Quintaes, passou, assim, a adiantar-se aos acontecimentos, produzindo *features* no campo da filosofia, ciência, política, estratégia, arte e cultura que tornaram a rubrica famosa em todo o país. (DINES, 2009 p. 90-91)

Ao longo da década de 1980, vários órgãos de imprensa criam seus próprios departamentos de pesquisa, com uma característica mais

ligada à função de guarda documental para posterior reutilização pelo próprio veículo. A atuação do departamento de pesquisa do JB não irá se constituir numa prática generalizada, mas podemos considerá-lo como o embrião de iniciativas de conservação da memória jornalística que virão a se desenvolver no século XXI, como é o caso do Memória Globo, do Memória do Jornal O Globo, do Acervo do jornal O Estado de São Paulo, da História da Rede de Televisão Record, das Pesquisas Históricas do Jornal do Commercio do Rio de Janeiro e do Acervo Digital da Revista Veja.

O mais antigo de todos eles é o Memória Globo, mantido pela Rede Globo de Televisão, que desde 1999 faz um trabalho de história oral, registrando o depoimento de profissionais que trabalharam ou ainda atuam na emissora, “que, ao falarem sobre suas histórias de vida, com ênfase na trajetória profissional, fornecem elementos para traçar um panorama da história da Globo e da televisão no Brasil” (MEMÓRIA GLOBO, s/d). Em 2008, o projeto ganhou um site, onde disponibiliza diversos materiais audiovisuais e textuais para consulta sobre os programas, coberturas e profissionais da emissora. O Memória Globo não está restrito à produção jornalística, mas compreende também conteúdos de entretenimento.

Outra grande novidade são os webdocumentários que podem ser vistos na página de Vídeos. Trechos de depoimentos e de programas são editados para que o espectador possa assistir a cenas de uma novela inesquecível ou à cobertura de um evento jornalístico que tenha marcado um momento de sua vida. (MEMÓRIA GLOBO, s/d).

Assim, o projeto elabora novos conteúdos a partir dos programas originais, recuperados do passado e atualizados, numa permanente presentificação.

O projeto de Memória do jornal O Globo é um exemplo de recuperação da memória por meio da preservação da história do próprio veículo, como se pode ver pela autodescrição presente no site do projeto, sob o título “O que é memória?”

O projeto Memória O Globo foi criado para resgatar e preservar a história do jornal. Dividido em seções, este

espaço fornece ao leitor ferramentas adequadas para a pesquisa de temas que, reunidos diariamente nas páginas do Globo, dão a dimensão do jornal como um organismo vivo, que se renova registrando fatos determinantes do dia a dia — sejam eles manifestações locais da comunidade, nem por isso desimportantes, ou grandes acontecimentos que marcam a sociedade, provocam mudanças no país e no mundo, alteram o curso da Humanidade. (MEMÓRIA O GLOBO, s/d)

Nessa perspectiva, os meios de comunicação de massa se aproximam do que o historiador francês Pierre Nora (1984) chamou de lugares de memória. Nora sinaliza a necessidade de criação de “santuários de memória” na contemporaneidade. O conceito indica que há lugares onde as pessoas, os grupos sociais ou até mesmo uma sociedade inteira podem ancorar sua memória, face ao fenômeno da aceleração da história que faz com que o presente se torne cada vez mais volátil.

Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento de que não há memória espontânea, de que é preciso criar arquivos, manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, atas, porque essas operações não são naturais (NORA, 1993, p. 13).

Os lugares de memória seriam signos de reconhecimento e de pertencimento do grupo a uma sociedade. Criados especificamente para conservar uma memória, uma tradição, uma experiência vivida coletivamente, podem ser tanto espaços físicos quanto produções abstratas e rituais.

Considerações finais

Jornalismo como um agente da história, isto é, como uma instituição social que opera na formatação do fato histórico, é uma abordagem frequente, especialmente no Brasil. Barbosa (2004, 2005, 2007, 2008, 2009, 2012), Casadei (2009, 2010, 2011) e Ribeiro (2003, 2007) são exemplos de pesquisadores brasileiros do campo da Comunicação e/ou do Jornalismo que abordam o tema. André Bonsanto Dias apresenta uma vertente nova no âmbito desses estudos, ao discutir, em ***O Presente da memória*** (2014), os usos do passado

que o jornal Folha de S. Paulo fez para configurar sua identidade no período posterior à ditadura militar até os anos 2000. Christa Berger (2007, 2009) analisou os discursos midiáticos em torno da memória a partir de notícias envolvendo a ditadura militar, a repressão, a morte do jornalista Vladimir Herzog, o Vlado.

Essa forte associação entre jornalismo e história, entre fato jornalístico como fato histórico, lança uma pergunta sobre o que significam projetos desenvolvidos por veículos de comunicação com o propósito de recordar.

Estas iniciativas se mostram, simultaneamente, movimentos de valorização da memória e instrumentos de produção de novas versões sobre fatos passados, envolvendo ou não os veículos jornalísticos. Além de funcionarem como resgate e preservação da história dos veículos, reforçando ou estabelecendo uma determinada identidade, elas se firmam como “lugares de memória”, no sentido que Pierre Nora imprime à expressão – lugares físicos ou não onde as pessoas, os grupos sociais ou até mesmo uma sociedade inteira podem ancorar sua memória, face ao fenômeno da aceleração da história que faz com que o presente se torne cada vez mais volátil. São espaços de articulação de uma memória coletiva, social, cultural. Bergamo (2011) chama a atenção para o fato de a memória da imprensa se equivaler à memória nacional pela indissociação entre a intensidade do esforço empreendido pelo repórter na cobertura e a importância do evento. Se na cobertura do cotidiano já ocorre essa superposição, em centros de memória jornalística criados com o objetivo de resgate e disponibilização de produtos memorialísticos e memoráveis, esta equivalência adquire um caráter intencional.

Desta forma, percebemos que estes espaços também operam na reconstrução do passado, ou seja, recriam a história e estabelecem novos critérios para definição do que é notícia.

Este não será um espaço fechado, estático, pronto e acabado. Por necessariamente dinâmico, em razão dos incessantes movimentos da sociedade que se traduzem em fatos a serem informados, um jornal se renova a cada dia como veículo

de comunicação, registrando em suas páginas e diversas plataformas digitais aquilo que se transforma em informação, análise e opinião. Isso implica manter o MEMÓRIA em constante atualização, com o propósito de mostrar ao leitor de amanhã como o jornal terá registrado aquilo que hoje é notícia, e daqui a algum tempo será História (O GLOBO, s/d).

A recriação dos acontecimentos implica, portanto, também num trabalho incessante de urdidura ideológica do real, numa constante construção do cotidiano, operando sobre o senso comum, de maneira performativa, disciplinadora e estabelecendo padrões de normalidade.

Ao cobrir os acontecimentos da atualidade, o jornalismo procede a elaboração de um conhecimento da vida cotidiana reconhecendo o que move a política, a economia, a cultura e, ainda, o que fica na sombra destas grandes temáticas. A mediação da historicidade da vida cotidiana se encontra vinculada ao jornalismo, e é esta condição que alguns cientistas sociais percebem e incorporam em suas tentativas de capturar o tempo presente, incluindo fragmentos jornalísticos para organizar, a partir deles, o argumento que explica que o tempo presente “é assim”. (BERGER, TAVARES, 2014 p. 11)

A imprensa se avoca o poder de atribuir o que é notícia ou não. Isso leva a só ser verdade o que está na mídia: um recorte do que lembrar. Huyssen (2000) sinaliza que a mídia não transporta a memória pública inocentemente, ela a condiciona na sua própria estrutura e forma. Lugares de memória, espaços da evocação e de recorte do real.

Ao trazermos o jornalismo para a linha de frente dos estudos de memória coletiva, revelamos o significado do jornalismo como um agente de memória e um repositório da memória compartilhada através do tempo e do espaço.

O jornalismo não apenas cobre as comemorações, ele também as celebra, por exemplo, publicando edições especiais de jornais em ocasiões de aniversário. Ele também tem suas próprias comemorações, por exemplo, celebrando aniversários jornalísticos, como o 20º ano de um programa noticioso de televisão ou reconhecendo o papel dos pais fundadores do jornalismo, como Edward R. Murrow. (OLICK, 2014 p. 17)

Referências bibliográficas

ACERVO ESTADÃO. **O Estado de São Paulo**. Disponível em <<http://acervo.estadao.com.br/>>, acesso em 05/02/2016.

AREND, Silvia Maria Fávero; MACEDO, Fábio. Entrevista Sobre a História do Tempo Presente: entrevista com o historiador Henry Rousso, Tempo e argumento. **Revista do Programa de Pós-Graduação em História**. Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 201 – 216 jan. / jun. 2009.

BARBOSA, Marialva. Jornalistas, “senhores da memória”. Trabalho apresentando no Núcleo de Pesquisa de Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. In: **ANAIS do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação...** Porto Alegre: 2004.

BARBOSA, Marialva. Jornalismo impresso e a construção de uma memória para sua história. In: BRAGANÇA, Aníbal & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). **Comunicação, acontecimento e memória**. São Paulo: Intercom, 2005, p.102- 111.

BARBOSA, Marialva. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. In: **Contracampo**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFF, Niterói 1º sem. 2005b, n. 12, pp. 51-63.

BENETTI, Márcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e vida cotidiana: o comer e o cozinhar contemporâneos nas revistas semanais. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008. Disponível em www.e-compos.org.br. Acesso em 25jul2015.

BERGER, Christa. Jornalismo e ditadura no Cinema Brasileiro. In: **Anais do 5 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Aracaju, 2007.

BERGER, Christa. Jornalismo e Memória e Ditadura. In: **Anais do 6º Congresso Sopcom/4º Congresso Ibérico**. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2009. Disponível em <http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/395/390>, acesso em 19/06/2015.

BERGER, Christa; CHAVES, Juliana C.. A contribuição do cinema para a memória da ditadura brasileira. **Comunicação e Educação** (USP), v. 3, p. 29- 36, 2009.

BERGER, Christa; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Leituras do cotidiano e as interseções entre o Jornalismo e as Ciências Sociais. **Contemporânea**. v.12 – n.01 – jan-abr 2014 – p. 8-26. Disponível em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/issue/view/823>, acesso em 27/07/2015.

BERGER, Peter L. & LUCKMANN, Thomas. **A construção social a realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2001.

CANDAU, Joel. **Mémoire et identité**. Paris: PUF, 1998.

CASADEI, Eliza Bachega. Para além do presente: a inserção do passado nas reflexos sobre o jornalismo. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, 2009.

CASADEI, Eliza Bachega. Jornalismo e reconstrução do passado. Os fatos históricos nas notícias de hoje. 2010. **Dissertação de mestrado em Comunicação** – USP, São Paulo.

CASADEI, Eliza Bachega. A evocação à História como estratégia de referencialidade no jornalismo. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste** – São Paulo, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CRUZ, Patrícia Monteiro. Discursos da vida real: articulações entre jornalismo e cotidiano na imprensa feminina. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, 2009.

DIAS, André Bonsanto. **O presente da memória**. Usos do passado e as (re) construções de identidade da Folha de São Paulo, entre o “golpe de 1964” e a “ditabranda”. Jundiaí: Paco Editorial, 2014

DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão de jornalista**. 9ª edição São Paulo: Summus Editorial, 2009.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. São Cristóvão: UFS, 2005.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Florianópolis: Insular, 2012.

HALBAWCHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart et al.. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1993. p. 224-248.

HENN, R. Direito à memória na semiosfera midiaticizada. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo: Unisinos, 2006.

HUYSSSEN, Andreas Mídia e discursos da memória. Entrevista de Moreira, Sonia Virgínia e Moreno, Carlos A. de Carvalho Moreno. In **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Nº 1- 2004: Intercom, p-97-104.

HUYSSSEN, Andreas. “Medios y memoria” en Feld, Claudia y Stites Mor, Jessica (comp.) **El pasado que miramos**, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2009.

HUYSSSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente**. Modernismos, artes visuais, políticas da memória. Rio de Janeiro: Contraponto/Museu de Arte Moderna, 2014.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano,

2000.

MADUELL, Ítala. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)** - v.4, n.1, jan./2015 - jun./2015, p. 31-39.

MAROCCO, Beatriz; BERGER, Crista (Orgs.) **A Era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina. v. 1 (2006).

MCCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald. **The Agenda-Setting Function of Mass Media**. The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, nº 2 (Summer, 1972), p. 176- 187.

MEMÓRIA GLOBO. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/>>, acesso em 19/03/2015.

MEMÓRIA JORNAL O GLOBO. Disponível em <<http://memoria.oglobo.globo.com/>>, acesso em 20/03/2015.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Para uma antropologia da notícia. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol. XXV, nº 2, julho/dezembro de 2002.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Trad. Yara Khoury. Projeto História, São Paulo: **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC/SP**, n.10, p.7-28, dez. 1993.

NORA, Pierre. **Les lieux de mémoire**. Paris, Gallimard, 1984 O GLOBO. **Jornal recupera e relata seus 88 anos de história**. Rio de Janeiro, 1/9/2013. P.14.

O GLOBO. **Apoio ao golpe de 64 foi um erro**. Rio de Janeiro, 1/9/2013, p. 15.

OLICK, Jeffrey. Reflections on the underdeveloped relations between Journalism and Memory Studies. In ZELIZER, Barbie & TENENBOIM-WEINBLATT, Karen. **Journalism and Memory**. Memory Studies. London: Palgrave Macmillian, 2014.

POLLAK, Michel Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-25, 1989.

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Carlos & PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, memória e celebridades – estratégias narrativas em contextos de altas visibilidades**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003, p.87-111.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BARBOSA, Marialva. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. **Comunicação & Sociedade**, v. 47, p. 99-114, 2007.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A história oral nos estudos de jornalismo: algumas considerações teórico-metodológicas. In: **Revista Contracampo**, v. 32, n. 2, ed. abril-julho ano 2015. Niterói: Contracampo, 2015. Págs.: 73-90.

RIBEIRO, Beliza. **JB Memória**. Disponível em <<http://www.jbmemoria.com.br/>>, acesso em 19/03/2015.

SANTA CRUZ, Lucia. Pedagogia do jornalismo: narrativa e responsabilidade social na tela da tv. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, Ano IX – vol.9 nº 2 – Edição 17, p. 216-226, 2012.

SANTA CRUZ, Lucia. O repórter como historiador do tempo presente. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder, ASSIS, Francisco de e ANTONIOLI, Maria Elisabete. **Desafios do Jornalismo: novas demandas e formação profissional**. Curitiba: Appris, 2014

SODRÉ, Muniz & FERRARI, Maria H. **Técnica de reportagem**. São Paulo: Summus, 1986

SARLO, Beatriz. **Tempo passado**. São Paulo, Belo Horizonte: Companhia das Letras, UFMG, 2005.

SCHEUFELE, Dietram A. & TEWKSBURY, David. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. **Journal of Communication** 57 (2007) 9–20^a 2007 International Communication Association, 2007.

SHAW, Eugene F. **Agenda-Setting and Mass Communication Theory**. International Communication Gazette, May 1979, 25:96-105.

SOARES, Murilo Cesar. Análise de enquadramento. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2012. Material complementar. Disponível no site https://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes_produto.aspx?prd_des_ean13=9788522474400#ancMaterial

TENEMBOIM-WEINBLATT, Keren. Counting time: journalism and the temporal resource. In ZELIZER, Barbie & TENENBOIM-WEINBLATT, Karen. **Journalism and Memory**. Memory Studies. London: Palgrave Macmillian, 2014

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005, 2ª edição.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 2007.

VIZEU, Alfredo. Telejornalismo: o conhecimento do cotidiano. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vo. II, nº2 – 2º semestre de 2005.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia:** os bastidores do telejornalismo
Porto Alegre: Editora da PUC-RS, 2003

WEAVER, Paul. As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: TRAQUINA,
Nelson (Org.). **Jornalismo:** questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Vega,
1993. p. 294-305.