

Resumo

Análise do impacto da internet no jornalismo, partindo da teoria *gatekeeping*, e as transformações provocadas no processo de trabalho e papel dos jornalistas. Revisão dos desdobramentos teóricos sobre as influências que provocam no conteúdo da mídia.

Palavras-chaves: jornalismo, internet, mediação

Resumen

Análisis del impacto de la internet en lo periodismo, a partir de la teoría *gatekeeping*, las transformaciones provocadas en el proceso de trabajo y el papel de los periodistas. Revisión de los desdoblamiento teóricos acerca de las influencias que provocan en los medios.

Palabras clave: periodismo, internet, mediación

Abstract

The article deals with the internet's impact on journalism. It considers the *gatekeeping* theory, the changes registered in the journalistic work and the journalists' roles. It also considers the evolution of some related theories and the possible consequences in the media content.

Keywords: journalism, internet, media

* Professora de Jornalismo – Florida International University

O presente trabalho discute o impacto da internet no jornalismo sob o ponto de vista da teoria *gatekeeping*. Aborda algumas mudanças no processo de decisão por parte dos novos *gatekeepers* (repórteres, redatores, produtores e editores, no caso) que produzem notícias *online* e revisa os desdobramentos teóricos sobre os diversos níveis de influências no conteúdo da mídia. Este trabalho procura também respostas, ainda que incompletas, para as seguintes perguntas: a internet está transformando o papel tradicional do jornalista como mediador social entre a realidade objetiva e o público? O leitor, metamorfoseado em usuário, eliminará a figura tradicional do jornalista/editor, encarregando-se da seleção, hierarquização e contextualização do que é notícia? Quem vencerá a batalha pela mediação da informação no século 21?

As imagens nas nossas mentes e quem as constrói

Num artigo sobre opinião pública, o jornalista Walter Lippmann descreveu a dualidade que até hoje preocupa teóricos da comunicação: o mundo lá fora e as imagens que temos do mundo nas nossas mentes. "*O mundo é grande, complexo e fugaz para que se possa conhecê-lo de forma direta. Não estamos preparados para lidar com tantas nuances, tanta variedade, transformações e combinações*", escreveu Lippmann em 1922¹. Inspirador de várias teorias, entre as quais *agenda-setting*, Lippmann ponderava que todos os repórteres do mundo, trabalhando as 24 horas do dia, jamais poderiam presenciar todos os acontecimentos nem ficar de olho na humanidade.

Sem bola de cristal nem poderes mágicos, os jornalistas recorreram a rotinas de trabalho e colocaram-se em postos-chaves para observar aspectos da vida social. No princípio, era a delegacia de polícia, a prefeitura, o pronto-socorro, a igreja, a praça central das cidades. Mais tarde, o governo federal, os tribunais, os partidos políticos, a bolsa de valores, os sindicatos, as associações de empresários, os aeroportos, os enviados especiais a outras cidades e outros países, entre outros tantos lugares. A tecnologia (o telefone, o e-mail) distanciou os repórteres do contato direto com as fontes primárias e com os acontecimentos, ao mesmo tempo em que permitiu o contato com fontes e eventos antes inacessíveis.

Com este artigo, Lippmann introduziu o conceito de seleção de eventos que se transformam em notícia. Segundo ele, cada geração constrói um conjunto diferente de imagens mentais formadas a partir da ex-

periência pessoal e do repertório acumulado de informações históricas e contemporâneas oferecidas em grande parte pelos meios de comunicação. A mídia tem um enorme papel na construção das imagens mentais criadas pela opinião pública.

Quase cinquenta anos depois, em 1968, Maxwell McCombs e Donald Shaw retomaram as idéias de Lippmann e elaboraram a teoria de *agenda-setting*, que trata da transferência dos temas enfatizados pela agenda dos meios de comunicação para a agenda da opinião pública (Protest e McCombs, 1991). McCombs and Shaw foram influenciados também por uma frase cunhada no início da década de 1960 e que terminou virando um provérbio no jornalismo norte-americano: "*A imprensa pode não ter muito êxito em dizer o que as pessoas devem pensar, mas tem um êxito surpreendente em dizer aos leitores sobre o que pensar*" (Cohen, 1963)².

Teorias com *agenda-setting* seguiram a tendência principal da pesquisa norte-americana, concentrada no estudo dos efeitos da mídia e das mensagens no público, sob a influência inicial da Universidade de Columbia, interessada em profissionalizar as ciências sociais e transformar o estudo da comunicação de massa em ciência. Outros investigadores concentraram-se em conhecer o processo anterior, na outra ponta do jornalismo, sob a influência humanista e integradora da Universidade de Chicago, de onde saíram os principais nomes da sociologia norte-americana. Sob a influência inicial da chamada *Chicago School*, este grupo estudou o processo de seleção e construção da notícia e as forças que influenciam o conteúdo das informações divulgadas pela mídia.

Em 1937, depois de analisar o comportamento dos correspondentes em Washington, Leo Rosten concluiu que os jornais não produziam um relato cronológico nem histórico. O que publicavam se apoiava num processo de seleção sobre o qual pouco se sabia. Uma metáfora transformada depois em teoria – *Gatekeeping* – ofereceu a base teórica que influenciou a pesquisa nos anos seguintes sobre as forças que dão forma, estrutura, valor e hierarquia às informações midiáticas (Shoemaker, 1991).

Kurt Lewin, um dos pais do estudo da comunicação norte-americana, desenvolveu uma metáfora sobre canais de passagens e portões de decisão num estudo sobre hábitos alimentares no final da década de 1940. Lewin queria entender quem decidia o que as pessoas comiam nos lares norte-americanos. Seu assistente na Universidade de Iowa, David Manning

White, decidiu aplicar a idéia ao jornalismo e produziu em 1950 um estudo considerado pouco expressivo na época, mas que acabou por tornar-se um clássico no campo da sociologia dos meios de comunicação (Shoemaker, 1991).

White, que também era jornalista, pediu a um editor do jornal *Peoria Star*, no estado de Illinois, onde ele mesmo trabalhou anos antes, que registrasse num diário as razões pelas quais escolhia ou rejeitava as notícias que chegavam das agências de notícias AP e UPI. Assim nasceu *Mr. Gates* e a noção de que os jornalistas usam critérios subjetivos na seleção de notícias e baseam-se em valores e experiências pessoais. White não prestou muita atenção num dos resultados de sua pesquisa que mais tarde ganharia ênfase em outros estudos: o editor do *Peoria Star* preferia notícias que estavam de acordo com a linha do jornal (Reese e Ballinger, 2001). Também exagerou o papel do jornalista no processo de seleção – aspecto depois corrigido com os desdobramentos teóricos.

Ao reinterpretarem os resultados do estudo de White em 1976, os pais da teoria *agenda-setting*, McCombs and Shaw, concluíram que a seleção de notícias feita por *Mr. Gates* em Peoria era mais influenciada pelo cardápio das agências de notícias do que por razões pessoais e subjetivas.

Entre os tantos estudos que seguiram as pegadas de White está o de Gieber, publicado em 1956, que encontrou um processo de seleção mecânica de notícias no qual os editores se viam presos a pressões de tempo e espaço e se submetiam às restrições impostas pelas organizações para as quais trabalhavam. McNelly, em 1959, observou o número de portões que uma notícia internacional precisava cruzar até ser publicada num jornal americano. Os *gatekeepers* eram os correspondentes estrangeiros, editores e redatores envolvidos no processo de seleção editorial, que por sua vez cometia erros de transmissão, compreensão, tradução, redação, até corte e censura. Em 1973, Sigal concluiu que metade dos itens publicados nos jornais *New York Times* e *Washington Post* eram fornecidos pelo governo, o que indicava o grau de dependência dos *gatekeepers* em fontes oficiais. Nos anos 90, Chang e Lee reinvestigaram a passagem de notícias internacionais pelos "portões" dos jornais norte-americanos e comprovaram o que, em teoria, todos sabiam: os *gatekeepers* tendem a escolher as notícias internacionais que têm alguma relação com a segurança nacional e os interesses do governo dos Estados Unidos (Singer, 2001).

O processo de construção da "realidade social"

Há décadas a teoria *gatekeeping* vem tratando de explicar o processo de construção da "realidade social" – aquilo que a sociedade sabe de si mesma com base no que apreende dos meios de comunicação (Shoemaker and Reese, 1996). Em um livro inteiramente dedicado ao tema e publicado em 1991, Pamela Shoemaker ofereceu uma explicação simples e objetiva sobre este processo:

"Se um evento é rejeitado pelo meio de comunicação que eu uso, provavelmente ele não será parte da realidade social que eu percebo. Se o evento for aceito e divulgado com exagero, não só fará parte da minha versão da realidade social, como poderá influenciar a minha visão de mundo... Cobrir um evento implica no uso de um processo de seleção que resulta numa versão mais interessante da realidade e parece mais importante do que o evento em si. A imprensa, no final das contas, vende notícias e não os eventos em si" (Shoemaker, 1991, p. 27)³.

Exemplos concretos do processo de criação da "realidade social" são observados diariamente na forma como os noticiários de televisão editam protestos e discursos ou descrevem cenas de acidentes e crimes. Na forma como as revistas de informação resumem os eventos mais importantes da semana e decidem os que serão capa num determinado fim de semana. Na forma como os jornais descrevem pessoas e/ou conceitos abstratos: guerrilheiro ou terrorista, esquerda ou direita, conservador ou liberal.

Tudo depende do ângulo da câmara, do ponto de vista do repórter, da fonte que oferece a informação, da habilidade e isenção do jornalista que escreve a notícia, da ética profissional, da política editorial da empresa de comunicação, da cultura jornalística de uma cidade ou país, do nível de educação e informação do público, do grau de maturidade política da opinião pública, do tipo de democracia política e social de uma nação. A lista é quase interminável.

Americanos x europeus

Teóricos norte-americanos e europeus interessados em sociologia da mídia explicam as influências no conteúdo dos meios de comunica-

ção de pontos de vista diferentes mas não necessariamente opostos. A tradição norte-americana estuda em detalhe a esfera individual, descrevendo como os jornalistas constroem o noticiário e como se comportam dentro da profissão. Já a tradição europeia, principalmente a britânica, estuda os aspectos ideológicos e institucionais que influem no conteúdo midiático.

Os americanos buscam respostas em estudos quantitativos (em geral, enquetes e experimentos) e quase sempre apolíticos. Os europeus buscam as mesmas respostas utilizando enfoques críticos, de inspiração marxista. Os dois grupos examinam os mesmos temas a partir de contextos distintos, utilizam métodos diversos e revelam preocupações que refletem diferenças culturais e históricas (Curran, Gurevitch, & Woollacott, 1982; Reese, Ballinger, & Shoemaker, 1993).

A tradição norte-americana, com algumas exceções por parte de investigadores que adotam uma postura mais crítica e politizada, vê os elementos que compõem a sociedade de massas como um conjunto de grupos e interesses que competem na esfera social. Os meios de comunicação são considerados empresas independentes e os jornalistas vistos como profissionais autônomos, livres de pressões políticas e institucionais.

A tradição europeia, também com exceções, vê a mídia como parte ativa da esfera ideológica. De acordo com esta visão, os jornalistas têm a ilusão de que são autônomos mas, na verdade, internalizam as normas da cultura dominante e as reproduzem no trabalho nas redações (Gurevitch, Bennett, Curran, & Woollacott, 1982, p.1-3).

No passado, norte-americanos e europeus teorizavam em campos opostos. Nos últimos 20 anos, surgiu uma coalizão intelectual interessada em desenvolver estudos comparativos no âmbito da comunicação internacional. Os enfoques continuam distintos, mas investigadores de diferentes países e culturas políticas valorizam a interdependência e vivem em "próspera contradição" (Carey, 1997). As ramificações da teoria *Gatekeeping* hoje envolvem o estudo de forças e níveis de análise que estão interligados e procuram entender a natureza do jornalismo profissional.

Hirsh (1980), por exemplo, propôs o estudo de três níveis de análise que considera interdependentes: o ocupacional, o organizacional e o institucional. Na sua opinião, não se pode divorciar o trabalho dos jornalistas do papel social da profissão, do contexto organizacional onde trabalham estes profissionais, do mercado e das novas tecnologias, do cenário político e dos valores culturais de cada sociedade.

Já os britânicos Curran, Gurevitch, and Woollacott (1982) propuseram quatro áreas de pesquisa: 1. estruturas institucionais e o papel dos jornalistas, que inclui *Gatekeeping* e fluxo de notícias; 2. economia política das empresas de comunicação, com enfoque no tipo de propriedade e controle mídia; 3. ideologias profissionais e práticas de trabalho; e 4. relações entre a mídia e o ambiente sócio-político, que inclui o relacionamento das fontes políticas e do estado com as empresas de comunicação e os jornalistas.

Shoemaker e Reese (1996) também revisaram os postulados teóricos da sociologia da mídia nos Estados Unidos e desenvolveram um modelo hierárquico que incorpora cinco níveis de análise. O modelo circular criado por eles coloca o jornalista no coração da hierarquia de influências sobre o conteúdo da mídia. No nível individual entram variáveis como sexo, educação, raça, nível de renda, posturas políticas, experiências pessoais e profissionais e preconceitos dos jornalistas, entre outros.

As rotinas de trabalho compõem o segundo nível, considerado atualmente o mais importante no processo de construção da "realidade social". As rotinas em grande parte determinam o processo de seleção do que passa pelos canais e "portões" das redações. Os profissionais internalizam as normas da estrutura burocrática das redações, que incluem o *lead*, o horário do fechamento, os valores que os ajudam a reconhecer o que é notícia (conflito, prominência, drama, impacto, interesse humano, proximidade, novidade, utilidade, etc), os conceitos de objetividade e imparcialidade, o trato com as fontes e especialistas e as noções éticas. Enfim, a rotina diária de *Mr. Gates*.

As influências da organização para qual os jornalistas trabalham compõem o terceiro nível de modelo de Shoemaker e Reese. Aqui, os investigadores norte-americanos abandonam a visão linear dos primórdios teóricos do *gatekeeping* e se alinham aos pesquisadores europeus na busca de explicações sobre o papel das organizações na seleção dos conteúdos oferecidos ao público. Inúmeras variáveis são estudadas nesse terceiro nível: política editorial e corporativa, linhas de autoridade e estrutura organizacional, papel das chefias (jornalistas e/ou administradores?), disputas internas pelo poder, tipo de propriedade (empresa familiar, rede de comunicação, sociedade anônima, monopólios, etc), relacionamento da redação com os departamentos de publicidade e circulação, objetivos da empresa (lucro, prestação de serviço público, obtenção de favores políticos), autonomia interna (pressões, censura, etc), política salarial e de contratações, benefícios sociais, orçamentos e uso de novas tecnologias,

numa lista quase inesgotável que termina com o papel da própria organização como *gatekeeper*.

As influências externas à organização formam o quarto nível do modelo de Shoemaker e Reese. Aqui se incluem as fontes, os anunciantes, o público, os grupos de pressão, os governos, os políticos, as agências de publicidade e de relações públicas, a concorrência, as leis de imprensa, a política de distribuição de estações de rádio e televisão, as características do mercado editorial, os sindicatos, as associações comunitárias, as ligações com instituições públicas e privadas, os avanços tecnológicos (acesso a Internet, sistemas de telefonia), a política e a economia local. Em cada comunidade, cultura ou país, essas variáveis assumem importâncias diferentes.

Ideologia, o quinto e último nível do modelo circular de Shoemaker and Reese, envolve e afeta diretamente os demais. Na concepção europeia, influenciada pela tradição marxista, as elites controlam os meios de comunicação e, portanto, influem direta ou indiretamente no conteúdo das notícias. O paradigma europeu vê a sociedade dividida em classes sociais controlada por elites cujos valores são internalizados pelos jornalistas, mesmo que individualmente estes profissionais professem valores opostos. Essa força invisível garante sua hegemonia na esfera pública e estabelece um consenso social patrocinado pelo Estado (Hall, 1982).

Os investigadores de comunicação latino-americanos identificam-se com o pensamento europeu à medida em que a visão crítica do papel da ideologia corresponde à história dos movimentos políticos, da estrutura de classes, da pobreza e da instabilidade econômica registradas na América Latina (Chaffee, Gomez-Palacio, & Rogers, 1990; Marques de Melo, 1988; Martin-Barbero, 1988).

Já os investigadores norte-americanos na área de *Gatekeeping*, embora concordem com a idéia de que a mídia tem uma função hegemônica e reproduz a ideologia dominante, vêem ideologia como um conjunto de forças que competem livremente numa sociedade sem necessariamente a presença do conflito ou do controle observado pelos europeus e latino-americanos. Para os norte-americanos, que dificilmente enxergam a divisão social de classes por razões que não cabe analisar aqui, a ideologia se resume à crença no capitalismo, na ética protestante e no valor do indivíduo – valores pouco contestados no plano social e político (Herscovitz, 2000).

O Futuro de Mr. Gates

Influenciados positiva ou negativamente pelos diversos níveis estabelecidos pelos teóricos da área, os *gatekeepers* prestam um serviço público de mediação entre a realidade e o público. Eles selecionam e sinalizam eventos, buscam informações mais ou menos ocultas, atuam como detetives em reportagens investigativas, organizam, hierarquizam e contextualizam a informação sempre que possível, oferecem análises e interpretações dos fatos sempre que possível também. Como em qualquer profissão, atuam no ramo profissionais com e sem talento, competentes e incompetentes, éticos e anti-éticos.

Os *gatekeepers* aparecem em todos os ramos da comunicação. Eles são repórteres, editores e produtores de jornais, revistas, editoras de livros, noticiários e programas de entretenimento em televisão e rádio, redatores de roteiros, diretores e produtores de cinema, relações públicas, assessores de imprensa, porta-vozes de políticos e governos.

O papel dos *gatekeepers* foi mudando e crescendo com a chegada de novas tecnologias, que modificaram também a natureza dos meios de comunicação. A absorção de diferentes tecnologias na história forçou a adaptação de cada meio de comunicação, não sem antes criar medo e insegurança. Até hoje, porém, sempre existiu uma acomodação tática garantindo espaço para todos. O surgimento do rádio assustou os jornais e revistas. O surgimento da televisão assustou o cinema. A televisão a cabo assustou as redes de televisão. A internet assustou os meios de comunicação tradicionais mas, repetindo a história, rapidamente vem incorporando-se aos sistemas tradicionais de comunicação produzindo convergência.

Há dúvida, no entanto, quanto ao papel tradicional do jornalista frente à internet. Uma dúvida que assalta teóricos norte-americanos e europeus. A internet permite que o público acione diretamente conteúdos não filtrados das mais variadas fontes e bibliotecas virtuais. Qualquer pessoa ou grupo pode ter sua página na internet, eliminando o filtro das redações que reduzem, suprimem ou interpretam suas mensagens e, muitas vezes, os colocam à margem do fluxo informativo. Josep Sanmarti Roset (2001) explica que a internet oferece um instrumento de mobilização sem precedentes a grupos e movimentos sociais como os Zapatistas do México, os ativistas do Greenpeace e minorias de todos os matizes. "Há um diálogo direto, sem intermediários," explica Roset. Segundo este autor espanhol, os meios de comunicação tradicionais tentam replicar esta

ausência de mediação e acentuar a sensação de instantaneidade em programas ao vivo na televisão, por exemplo. As versões *online* dos meios de comunicação tradicionais também tentam reparar a situação com pesquisas de opinião sobre temas polêmicos e sessões de bate-papo com fontes.

Segundo José Luiz Martinez Albertos (2001), os usuários da internet poderão substituir a figura do jornalista profissional na seleção de conteúdos, forçando o desaparecimento de seu papel como mediador social, ao mesmo tempo em que eliminam o *apartheid* digital em que viviam grupos sociais e políticos que dependiam das rotinas jornalísticas e da boa vontade dos meios de comunicação para chegar ao público. Albertos acredita que os *gatekeepers* estão com seus dias contados e que a função de *agenda-setting* da mídia vai perder peso.

O futuro dos *gatekeepers* também preocupa os investigadores norte-americanos, que observam mudanças na função desde que os jornais lançaram suas versões *online*. Embora não exista limite físico nem geográfico na Internet, os editores de jornais *online* não estão criando conteúdos específicos para a *web* e em muitos casos simplesmente importam versões reduzidas dos conteúdos publicados nas versões impressas. Além disso, as versões *online* oferecem mais notícias locais do que as versões impressas, como comprovou Singer (2001) ao analisar seis jornais do Colorado.

Singer acredita que a principal razão para esse fenômeno é econômica. Custa barato simplesmente transferir o conteúdo impresso para a versão *online* e mais barato ainda concentrar-se nas notícias escritas pelos redatores locais, já que os custos de reprodução de notícias da *Associated Press* e outras agências são elevados. Os jornais *online* contam também com redações pequenas e basicamente ainda não dão lucro.

A segunda razão pela qual os jornais *online* dão mais ênfase ao noticiário local é porque essa é a área que eles mais facilmente dominam e a que os usuários talvez considerem imprescindível. Seja *online* ou impresso, o que os jornais conhecem melhor é a comunidade onde atuam. E, no momento, não estão preparados para concorrer com as milhares de fontes que o usuário utiliza quando procura informações nacionais e internacionais.

Aí está justamente um dos perigos que enfrentam os *gatekeepers* do século 21 que trabalham para um meio pós-moderno como a internet. Segundo Singer, os jornalistas estariam abandonando uma de suas funções mais importantes que é a de "levar o mundo" ao público. Seja em forma física (o jornal na porta de casa) ou virtual (a tela do computador),

ainda é responsabilidade do jornalista atuar como mediador social entre a realidade objetiva e o público.

Ao abrir mão desta responsabilidade, os *gatekeepers* entregam ao usuário a tarefa de criar seu próprio jornal, o que pode terminar por isolá-lo da comunidade onde vive, se ele eliminar o noticiário local, ou do que se passa no mundo, se ele cortar as informações internacionais (Harper, 1997). Roset (2001) acredita que a eliminação dos *gatekeepers* como figuras centrais na seleção do noticiário provocará uma fragmentação da opinião pública. "Cada pessoa pode expressar sua opinião, expor seu ponto de vista sem limitações, provavelmente sem saber se forma parte de uma corrente majoritária ou não," explica o professor da Universidade Européia CEES.

Para alguns analistas como Martinez Albertos, da Universidade Complutense de Madri, a internet promove o fim da sociedade de massas ao mesmo tempo em que facilita a criação de um novo modelo de sociedade apoiado no conhecimento pessoal e individualizado (Roset, 2001). Na hipótese de que essa situação se concretize, o usuário vai conseguir contextualizar e dar sentido à montanha de informações e comentários que circulam na rede? Terá tempo para verificar a credibilidade das fontes e a veracidade dos fatos? Provavelmente não, porque esta tarefa exige tempo e preparo profissional.

Estes fatos levam a crer que os *gatekeepers* não estão com os dias contados. Mas o jornalismo clássico deverá mudar se quiser conquistar o público da Internet, como ensina a história recente. A história do jornalismo *online* nos Estados Unidos tem 20 anos divididos em três fases. Segundo Larry Pryor (2002), a primeira fase (1982-1986) fracassou por causa das limitações do videotexto, porque empresas como CompuServe e AOL não estavam associadas a empresas jornalísticas, o sistema era lento e caro, e o usuário não tinha nenhum poder sobre o conteúdo oferecido pela internet.

A segunda fase (1993-2000) incorporou uma série de conquistas tecnológicas como a criação da própria *web*, da linguagem *html* e dos navegadores Netscape e Internet Explorer. Neste estágio o e-mail se popularizou e companhias como Yahoo criaram programas que permitiram ao usuário assumir o papel de *gatekeeper*, personalizando a informação que recebia. O modelo sucumbiu em 2000 depois que os usuários se negaram a pagar pelo conteúdo e rejeitaram o uso de publicidade nos websites. A maioria das empresas *.com* fecharam, deixando 500 mil pesso-

as sem emprego nos Estados Unidos (Pryor, 2002).

A terceira fase, iniciada em 2001, é positiva, segundo os analistas. Proliferam os websites pessoais, jogos, música, programas operacionais gratuitos, anúncios classificados e o comércio via internet. Pryor explica que nesta terceira fase a frágil relação entre os jornalistas e o público está sendo redefinida no universo virtual. A palavra de ordem é parceria entre os jornais *online* e os usuários. Os jornais *online* tentam oferecer o que o público quer e o público já aceita melhor a publicidade e a necessidade de arcar com alguns custos. Daí deve nascer um novo modelo de jornalismo, com notícias atualizadas várias vezes ao dia, sistemas interativos, respeito à privacidade e mais opções de controle do conteúdo por parte do usuário.

Com o tempo, os *gatekeepers* descobrirão seu novo papel na internet. O importante é que façam um trabalho competente independente do meio para o qual trabalham.

Notas

¹ Tradução livre

² Tradução livre

³ Tradução livre

Bibliografia

- CAREY, J.W. (1997). Reflections on the project of American cultural studies. Em M. Ferguson & P. Golding (Editores), *Cultural studies in question* (pp.1-24). London: Sage.
- CHAFFEE, S. H., Gomez-Palacio, C., e Rogers, E. M. (1990). Mass communication research in Latin America: views from here and there. *Journalism Quarterly* 67, 1015-1024.
- CHANG, T. K. e Lee, J. (1992). Factors affecting gatekeepers selection of foreign news: a national survey of newspaper editors. *Journalism Quarterly*, 69, 554-61.
- COHEN, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- CURRAN, J., Gurevitch, M., e Woollacott, J. (1982). *The Study of the media: Theoretical approaches*. Em M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, e J. Woollacott (Editores.), *Culture, society and the media* (pp. 11-29). London: Methuen.
- GIEBER, W. (1956). Across the desk: a study of 16 telegraph editors. *Journalism Quarterly* 33, 423-32.
- HALL, S. (1982). The rediscovery of 'ideology': return of the repressed in media studies. Em Gurevitch, M. T. Bennett, J. Curran, e J. Woollacott (Editores), *Culture, society and the media* (pp. 56-90).
- HARPER, C. (Abril 1997). The daily me. *American Journalism Review*, 40-44.
- HERSCOVITZ, H. (2000). *Journalism as an occupation in Brazil: what journalists working for leading news organizations in São Paulo think about their profession compared to American and French journalists*. Tese de Doutorado, University of Florida (UMI No. 9984428).
- HIRSCH, P. M. (1980). Occupational, organizational, and institutional models in mass media research, toward an integrated framework. Em G. C. Wilhoit (Editor), *Mass communication review yearbook* (v. 1, pp. 265-194). Beverly Hills, CA: Sage.
- LIPPMANN, W. (1991). Public Opinion. Em Protes, D. E McCombs, M. (editores), *Agenda -Setting/Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*. (pp.5- 15). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum (trabalho original publicado em 1922).

- MARQUES DE MELO, J. (1988). Communication theory and research in Latin America: a preliminary balance of the past twenty-five years," *Media, Culture and Society* 10, 405 - 418.
- MARTIN-BARBERO, J. (1988). Communication from culture: the crisis of the national and the emergence of the popular. *Media, Culture and Society* 10, 447-65.
- MARTINEZ ALBERTOS, J. L. (2001). El mensaje periodístico en la prensa digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, UCM.
- MCNELLY, J.T. (1959). Intermediary communicators in the international flow of news. *Journalism Quarterly*, 36, 23-26.
- PROTESS, L. E McCombs, M. (1991) *Agenda-Setting/Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. Encontrado em 10 de Dezembro de 2002, <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php>
- PRYOR, L. (Abril 18, 2002). The third wave of online journalism.
- REESE, S. D. e Ballinger, J. (2001). The roots of a sociology of news. *Journalism Quarterly*, 78 (4), 641-658.
- SANMARTÍ ROSET, J.M. (2001). Los nuevos mediadores en el periodismo político. Encontrado em 10 de Dezembro de 2002, de Universidad Europea CEES, <http://www.uem.es/binaria/columnaabierta/sanmarti.html>
- SIGAL, L. V. (1973). *Reporters and officials: the organization and politics of newsmaking*. Lexington, MA: D.C. Heath.
- SINGER, J. B. (2001). The metro wide web: changes in newspapers' gatekeeping role online. *Journalism Quarterly*, (2001), 78 (1), 65-80.
- SHOEMAKER, P.J. (1991). *Gatekeeping*. Newbury Park, CA: Sage.
- SHOEMAKER, P. J., e Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. White Plains, NY: Longman.
- WHITE, D. M. (1950). The gatekeeper: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 24, 383-90.