

NOTÍCIA: FATOS E CONSTRUÇÃO SOCIAL

João José de Oliveira Negrão
Coordenador do Curso de Jornalismo
da Universidade de Sorocaba/ Uniso

RESUMO

Tendo por base a obra do pesquisador português do jornalismo Nelson Traquina, o artigo procura elencar as diferentes possibilidades explicativas construídas ao longo da História que tentam responder à questão: o que define a notícia.

Palavras-chave: **Jornalismo; Notícia; Construção social.**

ABSTRACT

Based on the work of the Portuguese researcher in journalism, Nelson Traquina, this article searches to list the different explanatory possibilities made during History and that try to answer the question: what defines the news.

Key words: Journalism; News; Social construction.

INTRODUÇÃO

O que define a notícia? Por que certos fatos transformam-se em acontecimentos noticiáveis e, portanto, são dados à existência pública e social enquanto outros, ao não se beneficiarem dessa possibilidade, são

relegados ao desconhecimento? Que critérios presidem a seleção, entre as incontáveis ocorrências diárias no âmbito da humanidade, daquelas que terão a sorte de aparecer em letras de forma ou na tela da TV? Serão eles ‘claros e distintos’ o suficiente para evitar a subjetividade nessa escolha?

Já faz parte do folclore jornalístico o jogo de palavras de Amus Cummings. Para ele, “se um cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde um cachorro, aí, então, é notícia e sensacional”. Fraser Bond, em sua *Introdução ao jornalismo*, cuja primeira edição é de 1954, afirma que o que determina o valor da notícia são a oportunidade, a proximidade, o tamanho (o muito pequeno e o muito grande são atraentes) e a importância. John Hohenberg, no seu *Manual de jornalismo*, aponta as características da notícia: precisão, interesse, atualidade e explicação, enquanto Luiz Amaral, em *Técnicas de jornal e periódico*, oferece os seguintes atributos da notícia: atualidade, veracidade, interesse humano, raio de influência, raridade, curiosidade e proximidade (*apud Lage*, 2000).

Em linha semelhante, um dos mais utilizados manuais nos cursos de jornalismo brasileiros, o *Técnicas de Codificação em Jornalismo*, do jornalista e professor Mário Erbolato, apresenta 24 características da notícia: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura, conseqüências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão, confidências.

O *Novo manual de redação*, da *Folha de S. Paulo*, no verbete “importância da notícia” afirma:

critérios elementares para definir a importância de uma notícia: a) ineditismo (a notícia inédita é mais importante do que a já publicada); b) improbabilidade (a notícia menos provável é mais importante do que a esperada); c) interesse (quanto mais pessoas possam ter sua vida afetada pela notícia, mais importante ela é);

*d) apelo (quanto maior a curiosidade que a notícia possa despertar, mais importante ela é); e) empatia (quanto mais pessoas puderem se identificar com o personagem e a situação da notícia, mais importante ela é. Ao levar em consideração esses critérios, não esqueça que as reportagens da **Folha** devem atender às necessidades de informação de seus leitores, que formam um grupo particular dentro da sociedade). Esses interesses mudam e o jornal participa de modo ativo desse processo.*

Essas ‘receitas’ podem até ser de alguma valia – muito relativa, por sinal – para repórteres iniciantes, mas não esclarecem as questões que abrem este texto.

1. AS TEORIAS DA NOTÍCIA

Ao longo do século XX, conforme Traquina, desenvolveram-se diferentes teorias da notícia, na busca daquelas respostas. Sigo aqui a nomenclatura da compilação feita pelo pesquisador português, que destaca, para o caso, que o uso do conceito *teoria* é impreciso, porque pode significar “somente uma exploração interessante e plausível e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições” (TRAQUINA, 2001, p. 65). Trabalhando sobre esse mesmo tema e também tendo por base a obra de Nelson Traquina, o pesquisador brasileiro Alfredo Vizeu preferiu chamá-las de “teorias intermediárias” (VIZEU, 2003, p. 1).

1.1. A TEORIA DO ESPELHO

A base dessa tentativa de explicação é a idéia de que o produto do jornalismo é um retrato fiel da realidade. Quer dizer, as notícias são determinadas, sem mediações, pela realidade concreta, sendo impregnadas pelo conceito de objetividade, que demarca com muita força a auto-imagem dos jornalistas, constituindo, conforme Traquina (2001, p. 65), “a ideologia dominante no campo jornalístico”.

Nessa visão, o jornalista é um observador cauteloso, que relata com isenção, equilíbrio, de maneira objetiva, o que aconteceu, sem emitir ou sequer deixar transparecer opiniões e impressões pessoais. Os fatos falam por si mesmos e o jornalismo simplesmente intermedeia – sem interferências de qualquer tipo – os acontecimentos e sua tomada de consciência por um público mais amplo do que aquele que, eventualmente, teve a oportunidade de presenciar seu desenrolar. Naquele que, segundo o editor Folco Masucci, “é o primeiro livro didático de ‘Técnica de Jornal’ editado no país” – *A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário*, de 1969 —, o jornalista, professor e pesquisador de comunicação Luiz Beltrão afirma que:

*a notícia é o relato de um fato, de uma idéia ou de uma situação que esteja, no momento, atuando no seio da comunidade a que o jornalismo serve. Por isso mesmo, a informação jornalística deve ser **impessoal**, no sentido de que a participação de quem a transmite ao público é puramente mecânica. O jornalista, aqui, apenas recolhe e narra os fatos [...] os fatos são sagrados; só o comentário*

é que é livre. Ora, a notícia, que é um registro fiel do fato, deve ser tão sagrada e inviolável, tão inalterável como o próprio fato. [...] o noticiarista comum [...] deve cuidar de que a notícia reflita o acontecimento tal como sucedeu, deixando a outrem e ao leitor a tarefa de chegar, por sua conta e risco, às próprias conclusões (BELTRÃO, 1969, p. 107).

Herdeira direta do positivismo, a teoria do espelho, com seu corolário de objetividade jornalística, veio substituir a concepção historicamente anterior do jornalismo como arma política e do jornalista como militante de causas partidárias. Há motivos históricos que demarcam essa passagem. Entre elas, a transformação paulatina dos jornais em empresas capitalistas, voltadas à racionalização e ao lucro. Amaral (1996, p. 26) identifica nos primeiros trinta anos do século XIX na Inglaterra, França e Estados Unidos essa passagem de uma imprensa partidarizada – quando, segundo ele, “comprava-se jornal para se ler as críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não” – para uma imprensa comercializada. Ele destaca que

a partir de então, a objetividade, ou melhor, aquilo que mais tarde ganharia o nome de objetividade, passa a se identificar com uma mistura de estilo direto, imparcialidade, fatualidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia. Quer dizer que, em sua tarefa diária, o jornalista precisaria deixar em casa suas normas, princípios, referências políticas e ideológicas, procurar excluí-los do pensamento e se concentrar na narração dos fatos, sem tentar explicá-los ou comentá-los [2] (AMARAL, 1996, p. 26).

Há de se relevar o papel que as agências noticiosas tiveram na construção desse *novo* jornalismo, no quadro da emergência das redes de comunicação global, marcada, conforme Thompson (1998, p. 137-143), por três desenvolvimentos-chave no final do século XIX e início do XX: 1) cabos submarinos; 2) agências internacionais de notícias; e 3) organizações internacionais para a distribuição das frequências no espectro eletromagnético.

O telégrafo, primeiro meio a explorar a eletricidade, teve experimentos desde o final do século XVIII. O de maior sucesso foi o de Morse, que usava o sistema traço-ponto. Em 1843, Morse constrói a primeira linha regular, entre Washington e Baltimore. A base técnica de circulação da mensagem telegráfica era a fiação elétrica, o que limitava sua expansão.

Entretanto, em 1851-2 são instalados os primeiros cabos submarinos ao longo do Canal da Mancha e entre Inglaterra e Irlanda, o que permitiu que as

mensagens já não fossem limitadas ao continente. Em 1870, cabos ligavam a Europa à China e à Austrália. Em 1900, 306 mil quilômetros de cabos submarinos estavam instalados ao redor do mundo. 72% deles eram de firmas inglesas, a maioria da Eastern and Associated Companies. Surgia o primeiro sistema global de comunicação.

As agências internacionais de notícias foram grandes beneficiárias do desenvolvimento do telégrafo via cabo submarino. A primeira havia sido criada por Charles Havas, em Paris, em 1835. Inicialmente, ela coletava informações de diferentes jornais europeus e as entregava diariamente à imprensa francesa. Em 1840, começou a fornecer notícias para clientes em Londres e Bruxelas, por meio de carruagens e um serviço regular de pombos-correio. Pouco mais tarde, em 1849, Bernard Wolff cria uma agência em Berlim e Paul Julius Reuter, em 1851, cria outra em Londres.

Em 1869, com o Tratado das Agências Aliadas, as três dividiram entre si suas áreas geográficas de atuação. Cada uma trabalhava estreitamente ligada às elites políticas e comerciais das nações que lhes serviam de sede. Depois da I Guerra, esse cartel foi fortemente impactado pelo crescimento de duas agências norte-americanas, a Associated Press (AP) e a United Press Association (UPA), mais tarde transformada em United Press International (UPI).

Os primeiros clientes das agências foram governos, banqueiros e negociantes. Logo, passariam também a atender os jornais. Para Amaral,

como os clientes antigos e novos representavam diferentes segmentos da população, as agências, beneficiadas e, ao mesmo tempo, cobradas pelas novas realidades, foram obrigadas a manter um certo grau de imparcialidade. Impôs-se a confecção de um noticiário equilibrado, de forma a contemplar todos os lados da questão [pois] era preciso então que elas oferecessem um produto capaz de atender às necessidades específicas de cada cliente, refletindo o caráter social do mercado e levando em conta seus interesses, valores e preconceitos. Passaram a vender notícias uniformes, neutras e imparciais a jornais politicamente diversos. Daí a adoção do conceito que mais tarde seria chamado de objetividade e que alguns autores creditam especificamente à Associated Press (AMARAL, 1996, p. 28

Era o início do que Barros Filho (1995) vai chamar de objetividade como “uma estratégia de legitimação de um tipo de produto dentro de um campo jornalístico em formação”. De um lado, o jornalismo do passado: ‘sensacionalista’, ‘marrom’, panfletário. De outro, o jornalismo moderno, imparcial, objetivo ^[3].

As técnicas jornalísticas acompanham a mudança. É desse período o surgimento do lide e da “pirâmide invertida”, forma de construção da notícia que consiste em, já no primeiro parágrafo, responder às seis perguntas clássicas: quem, que, quando, onde, como e por que. Até hoje hegemônica, essa técnica permite, ao menos em tese, que o leitor possa inteirar-se dos fatos ao ler os primeiros parágrafos da notícia, ainda que numa visão mais panorâmica.

O processo industrial de confecção dos jornais também foi beneficiado pela ‘pirâmide invertida’, pois, em caso de necessidade, as matérias jornalísticas poderiam ter seus últimos parágrafos suprimidos (cortar pelo pé da matéria, no jargão jornalístico) com menor prejuízo para a informação. Barros Filho (*op. cit.*) lembra que a transmissão das notícias das agências pelo telégrafo também levou a uma certa hierarquização das informações na construção do texto noticioso: caso o serviço fosse interrompido – o que não era muito raro – a parte da notícia já enviada teria utilidade na produção dos diários e dos jornais radiofônicos.

A ideologia da objetividade, ao lado da metáfora do espelho, apesar das polêmicas e controvérsias, é ainda marcante no jornalismo contemporâneo. Autores como Barros Filho, Traquina, Sousa e outros a vêem como o eixo de legitimação do campo jornalístico, envolvendo jornalistas e proprietários dos meios de comunicação, que poderiam ter sua credibilidade arranhada caso deixassem de ser vistos como simples mediadores que reproduzem o acontecimento na notícia.

1.2. A TEORIA DO GATEKEEPER

David Manning White, em 1950, publicou no *Journalism Quarterly* o artigo *O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias* ^[4]. Nele, buscou aplicar ao jornalismo uma idéia desenvolvida pelo psicólogo Kurt Lewin a respeito de uma pessoa ou um grupo que toma decisão numa seqüência de decisões. Sinteticamente, na teoria do *gatekeeper* entende-se que o processo de produção da notícia se dá a partir de uma série sucessiva de escolhas, na qual determinada informação tem de passar por diversos portões (gates) – áreas de decisão nas quais os jornalistas (*gatekeepers*) selecionam ou não essa informação. Em caso positivo, a informação segue em frente; senão, interrompe-se sua progressão, o que significa que ela não virará notícia publicada.

O artigo de White tem por base a figura de Mr. Gates, jornalista de 40 anos, 25 de experiência no jornalismo, tendo começado como revisor. No momento

da pesquisa, era o editor do material enviado pelas agências Associated Press, United Press e International Press Service num jornal médio (30 mil exemplares) de uma cidade do meio-oeste norte-americano. A pedido do pesquisador, o jornalista anotou durante uma semana, de 6 a 13 de fevereiro de 1949, nos próprios despachos das agências, os motivos que o levaram a rejeitá-los. No final desse período, ‘Mr. Gates’ recebera 31496 centímetros de coluna de material das agências e utilizara apenas 3294 centímetros de coluna, cerca de 10% do total.

White conclui que o processo de seleção de notícias é subjetivo e arbitrário, porque “muitas das razões que o ‘Mr. Gates’ apresenta para a rejeição das notícias caem na categoria de juízos de valor muito subjetivos”, pois é

somente quando analisamos as razões apresentadas pelo ‘Mr. Gates’ para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de ‘notícias’ é extremamente subjetiva e dependente dos juízos de valor do gatekeeper (WHITE. In TRAQUINA, 1999, p. 145).

As notícias são, então, explicadas como resultado da ação de pessoas e de suas intenções. Para os críticos, essa é sua insuficiência. Traquina (2001, p. 70), por exemplo, a critica por sua abordagem microssociológica, ao nível individual, descartando outros fatores. No mesmo sentido, Kunczik (1997, p. 239) ressalta que a incapacidade explicativa dos estudos individualistas se dá porque eles passam por alto os condicionantes sociais do comportamento do ‘seletor de notícias’.

Sousa, no entanto – embora perceba as lacunas da teoria do *gatekeeper* apresentada por White – destaca um risco que pode estar embutido nas críticas: perder de vista que a ação pessoal do jornalista é também um dos condicionantes do processo. Destaca ainda que estudos recentes demonstram que o que ele chama de “fatores ambientais” ou “ecossistêmicos”, como os prazos de fechamento, o espaço ou tempo disponível, as políticas organizacionais dos jornais, o meio cultural, social, econômico e político desempenham papel importante na construção das notícias.

No entanto, afirma, é necessário notar que

a ênfase recente nos fatores “ecossistêmicos” teve, por consequência, algum alheamento da comunidade acadêmica em relação “ao que vai na mente” dos jornalistas, nomeadamente no campo do papel das cognições dos jornalistas para a construção das notícias, isto é, um certo alheamento para a forma como

a “mente” ajuda a construir as notícias, que é um aspecto de ação pessoal conformativa das notícias, porventura tão importante como o campo das intenções, crenças, valores e expectativas individuais de cada jornalista (SOUSA, 2002, p. 40).

Essa estrutura, segundo ele, leva os jornalistas, submetidos à pressão do tempo e a uma quantidade enorme de informações, a construir rotinas cognitivas para organizá-las. Assim, ao valer-se de formas rotinizadas e estereotipadas de pensamento, o jornalista tende a fabricar informação padronizada e a “selecionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos”.

Ele conclui que, embora mescladas a outras forças, as notícias sempre têm algo da ação pessoal de quem as produz. Logo, a crítica à insuficiência da teoria do *gatekeeper* não deve levar ao completo abandono teórico do papel individual do jornalista – assim como o das fontes – na constituição da notícia.

1.3. A TEORIA ORGANIZACIONAL

Fugindo do recorte individualista presente na teoria do *gatekeeper* e ampliando a perspectiva para um nível mais macrossociológico, Warren Breed publica, em 1955, o artigo *Controle social da redação: uma análise funcional* ^[5]. O foco passa a ser a empresa jornalística e os processos de socialização que ela promove junto aos jornalistas, levando à conformação com a política editorial da organização.

A partir de “entrevistas intensivas com cerca de 120 jornalistas, principalmente da zona nordeste dos Estados Unidos”, de jornais com tiragens diárias entre 10.000 e 100.000 exemplares, Breed destaca os constrangimentos que a organização provoca sobre a atividade do repórter.

Para isso, é fundamental o processo de socialização pelo qual passa o jornalista novato dentro da organização, pois

todos, com exceção dos novos, sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem “por osmose”. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e “aprendem as regras” como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades. A orientação

política é um elemento importante das normas da redação, e é aí que ele a apreende. (BREED. In TRAQUINA, 1999, p. 155).

Tal processo, conforme Breed, compõe-se de seis fatores que promovem o conformismo à política editorial do veículo: 1) a autoridade institucional e as sanções, ou seja, a atribuição de tarefas (matérias e coberturas mais ou menos nobres), cortes, reescrita e localização dos textos, assinatura ou não da matéria, etc; 2) os sentimentos de obrigação e de estima com os superiores, ou seja, admiração e respeito pelos mais experientes e conhecidos, gratidão pela eventual ajuda, etc; 3) as aspirações de mobilidade, pois indispor-se com a política editorial do jornal pode criar obstáculos aos avanços na carreira e à assunção de postos de relevo; 4) ausência de grupos de lealdade em conflito, já que, em sua pesquisa, Breed não identificou, por exemplo, força nas organizações sindicais para influir nesse processo; 5) o prazer da atividade, uma vez que os jornalistas gostam de seu trabalho, há tarefas interessantes e um ambiente de camaradagem nas redações; 6) a notícia como um valor, pois a busca pela notícia é uma preocupação constante (costuma-se dizer que jornalista é jornalista 24 horas por dia). Esse interesse comum pela notícia é capaz de cimentar a harmonia entre jornalistas e direção.

Para Breed,

os seis factores promovem o conformismo com a política editorial do jornal. [...] No entanto, o processo poderá ser um pouco melhor entendido com a introdução de mais um conceito – o grupo de referência. O staffer [jornalista empregado], em especial o novato, identifica-se a si próprio, através da existência destes seis factores, com os executivos e com os staffers veteranos. Se bem que ainda não seja um deles, ele partilha as normas deles, e assim a sua actuação vem a parecer-se com a dos outros. Ele conforma-se mais com as normas da política editorial do que com quaisquer crenças pessoais que ele tivesse trazido consigo, ou com ideais éticos. (BREED. In TRAQUINA, 1999, p. 160).

No entanto, ele destaca, há possibilidades e momentos de fuga desse controle. Há fatores, no nível decisório do jornalista, que contribuem para isso, como: a) a falta de clareza e de estruturação das normas da política editorial; b) o jornalista, em muitos pontos, tem a opção de selecionar quem entrevistar e quem ignorar, que perguntas fazer, que aspectos realçar, que tom dar aos vários elementos possíveis da notícia; c) a “especialização” do jornalista em determinado setor, com seu próprio conjunto de fontes; d) o estatuto de “estrela” de determinados jornalistas permite a eles transgredirem a política editorial do jornal.

Essas possibilidades, entretanto, se tinham maior campo de ação no momento histórico da pesquisa de Breed, hoje, apesar de não eliminadas completamente, devem ser muito relativizadas. Isso pela ampliação do uso da pauta ^[6], cada vez mais detalhada, que discrimina fontes, enfoques e até perguntas e tamanho que a matéria jornalística vai ocupar, constituindo-se em um dos principais filtros, “um fio condutor que delimita o que será publicado ou levado ao ar”, conforme Clóvis Rossi em *O que é jornalismo*, de 1985.

Traquina (2001) elenca outros estudos que também procuraram destacar a influência organizacional no conteúdo das notícias. Lee Sigelman, no artigo *Reporting the news: an organizational analysis*, publicado em 1973 no *American Journal of Sociology*, onde analisa dois jornais norte-americanos, destaca três mecanismos que integram ou coagem o jornalista: por osmose, por controles diretos exercidos pelos superiores e por motivações materiais e normativas, em especial os vencimentos e sentimentos de lealdade. Dan Nimmo, em *Newsgathering in Washington*, de 1964, estudo sobre 35 correspondentes em Washington, mostra que dois controles indiretos são a utilização da notícia na edição e o tipo de tarefa atribuída. Para James Curran, em *Culturalist perspectives of news organizations: a reappraisal and a case study*, de 1990, o jornalista goza de uma “autonomia consentida”, ou seja, a autonomia do jornalista é permitida enquanto se exercer em conformidade às regras da empresa jornalística.

Em síntese, para a teoria organizacional, as notícias são, conforme Traquina (2001, p. 77), “o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística”.

2. AS TEORIAS DE AÇÃO POLÍTICA

Nas teorias de ação política, segundo Traquina (2001), os veículos noticiosos são vistos de uma perspectiva instrumental: estão objetivamente servindo a determinados interesses políticos. O autor português identifica duas versões dessas teorias. Na versão de direita, os jornalistas têm um papel ativo nas críticas anticapitalistas, pois compõem, ao lado de burocratas e outros intelectuais, uma “nova classe” com “interesse em expandir a atividade reguladora do Estado à custa das empresas privadas” (p. 81).

Além dos autores citados por Traquina (Kristol, 1975; Efrom, 1979; Lichter, Rotham e Lichter, 1986), análises semelhantes, com referências à imprensa

brasileira, poderão ser encontradas no site Mídia Sem Máscara (www.midiasemmascara.org), editado pelo jornalista e filósofo Olavo de Carvalho, para quem o jornalismo brasileiro e mundial integram uma articulação esquerdista, ao lado, entre outros, de ONGs e movimentos pacifistas.

Robert Hackett (apud TRAQUINA, 2001, p. 81) elenca os pressupostos da versão de direita das teorias de ação política:

1) os jornalistas detêm o controle pessoal sobre o produto jornalístico; 2) os jornalistas estão dispostos a injetar as suas preferências políticas no conteúdo noticioso; 3) os jornalistas enquanto indivíduos têm valores políticos coerentes e, a longo prazo, estáveis. Nesta versão da teoria, os valores coletivos dos jornalistas são considerados substancialmente diferentes da população em geral.

Na versão de esquerda, conforme Traquina, os jornalistas são vistos como “executantes a serviço do capitalismo, quando não coniventes com as elites” (p. 81). No que ele chama de uma das mais completas formulações dessa visão, Edward Herman e Noam Chomsky, num livro de 1989 chamado *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*^[7], negam tanto a teoria do *gatekeeper* quanto a teoria organizacional, pois, para eles,

o conteúdo das notícias não é determinado ao nível interior (isto é, ao nível dos valores e preconceitos dos jornalistas), nem ao nível interno (isto é, ao nível da organização jornalística), mas ao nível externo, ao nível macroeconômico. Nesta versão da teoria, uma relação direta é estabelecida entre o resultado do processo noticioso e a estrutura econômica da empresa jornalística [...] os mídia reforçam os pontos de vista do establishment (o poder instituído), devido ao poder dos donos dos grandes meios de comunicação social e dos anunciantes. (TRAQUINA, 2001, p. 82)

Para os autores, há cinco fatores que explicam a submissão do jornalismo ao capital: 1) a estrutura de propriedade; 2) a procura do lucro e a importância da publicidade; 3) a dependência dos jornalistas de fontes governamentais e empresariais; 4) as ações punitivas dos poderosos e, no caso da imprensa americana, 5) a forte ideologia anticomunista dominante entre a comunidade jornalista. Isso leva Herman e Chomsky a formularem a hipótese do modelo de propaganda, assim explicado por Traquina (2001, p. 84):

o ‘propaganda framework’ sugere a seguinte hipótese: quando surgem situações em que podem ser ‘marcados pontos contra países inimigos’ ou idéias

ameaçadoras, os mídia serão freqüentemente ativos em ‘campanhas publicitárias’ de grande intensidade e paixão. Pelo contrário, quando acontecimentos muito semelhantes ocorrem em países amigos, os mídia mostrarão interesse pelas circunstâncias especiais envolvidas e prosseguirão uma política de negligência benigna.

Então, para Traquina, a conclusão de Herman e Chosmky é que o jornalismo é uma arena fechada, numa “visão altamente determinista do funcionamento do campo jornalístico” (p. 85), sem possibilidades de manifestações de autonomia ou de fuga do controle. Ele critica também a limitação da pesquisa a estudos de caso das questões de política internacional, o que reduziria sua capacidade explicativa para assuntos internos, nos quais poderia haver maior divisão entre a elite. E cita a crítica de Daniel Hallin, exposta em *We keep América on top of the world*, para quem o modelo de propaganda de Herman e Chomsky é estático e unidimensional, reduzindo a ideologia dos jornalistas a uma mera questão de falsa consciência.

2.1. A TEORIA ESTRUTURALISTA

Essa autonomia, relativa, em relação a um controle direto do poder econômico vai ser reconhecida pelos autores que integram a teoria estruturalista, embora partilhem com a teoria de ação política, versão de esquerda, a visão da mídia como elemento importante na reprodução da ideologia dominante. Herdeiros do marxismo com um viés gramsciano, tais autores compõem a escola britânica dos estudos culturais.

Para Stuart Hall [et.al.], em *A produção social das notícias: o ‘mugging’ nos media¹⁸*, os meios de comunicação não narram simplesmente acontecimentos “naturalmente” noticiáveis, mas “as notícias são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e selecção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (HALL et. al. In TRAQUINA, 1999, p. 224).

Tal processo compõe-se, entre outros, de três aspectos importantes: 1) a organização burocrático-rotineira dos jornais, que vai direcioná-los para certos tipos de acontecimentos de acordo com sua própria estrutura interna – número e ênfase de editorias, de repórteres, correspondentes, setoristas, contratos com agências noticiosas, etc. – que implica a possibilidade ou não de “cobrir” determinados fatos,

além de sua própria forma de inserção no campo jornalístico (jornal econômico, esportivo, local, etc.); 2) a estrutura dos valores-notícia (o fora do normal, o inesperado, o trágico e o dramático, etc., que organiza, seleciona e hierarquiza as matérias dentro de categorias prévias (as editoriais); 3) o momento de construção da própria notícia, quando um acontecimento é tornado significativo, a partir de suposições sobre o que é a sociedade e como ela funciona.

Essa pressuposição, para Hall [et. al.], é a de uma natureza consensual da sociedade, perspectiva que

nega quaisquer discrepâncias estruturais importantes entre diferentes grupos, ou entre os mapas de significado muito diferentes numa sociedade. Este ponto de vista 'consensual' tem conseqüências políticas importantes, quando usadas como uma base e dada como adquirida por toda a comunicação. O mesmo ponto de vista parte da assunção de que todos temos, mais ou menos, os mesmos interesses na sociedade, e que aproximadamente a mesma quota-parte de poder na sociedade. Esta é a essência da idéia do consenso político. Os pontos de vista 'consensuais' da sociedade representam-na como se não existissem importantes rupturas culturais ou econômicas, nem importantes conflitos de interesse entre classes e grupos (HALL et al. In TRAQUINA, 1999, p. 226-227).

As notícias têm um papel importante na construção dessa visão, uma vez que o acontecimento é tornado significativo dentro de “mapas de significado” e enquadramentos que incorporam e refletem valores e visões de mundo hegemônicas. Assim, assumindo a proposição da hipótese de *agenda setting*, Hall afirma que a mídia define, para a maior parte da população, os acontecimentos significativos e “oferece interpretações poderosas acerca da forma de compreender esses acontecimentos” (p. 228).

Essa hegemonia não é, no entanto, resultado de uma conspiração do poder econômico que domina a mídia. Para Hall, é nas estruturas de produção das notícias que se pode observar como os *media* reproduzem as definições dos dominantes. Ocorre que

dois aspectos de produção jornalística – as pressões práticas de trabalho constante contra o relógio e as exigências profissionais de imparcialidade e objectividade – combinam-se para produzir um exagerado acesso sistematicamente estruturado aos media por parte dos que detêm posições institucionalizadas privilegiadas. Deste modo, os media tendem, fiel e imparcialmente, a reproduzir simbolicamente a estrutura de poder existente na

ordem institucional da sociedade. [...] O resultado desta preferência estruturada dada pelos media às opiniões dos poderosos é que estes “porta-vozes” se transformam no que se apelida de definidores primários (primary definers) de tópicos (HALL et. al. In TRAQUINA, 1999, p. 229).

Hall explica que a definição primária estabelece os parâmetros e os limites dos debates posteriores. Por meio de seu enquadramento do problema, vai fornecer os critérios para a qualificação de relevantes ou irrelevantes e, portanto, selecionadas ou não selecionadas, das posições que vierem a se apresentar. Os argumentos contrários a uma definição primária acabam obrigados a seguir a demarcação dela do que é o problema em questão.

Ben Bagdikian estabelece uma idéia que é central à teoria estruturalista:

o preconceito a favor de fontes noticiosas especializadas e estabelecidas é um reflexo do fato óbvio de que os media noticiosos refletem em toda a parte os valores dominantes da sociedade. Embora o afastamento destes valores seja inerentemente noticiável pelos padrões convencionais, tendem a ser apresentados como interessantes por causa da sua excentricidade, ou natureza bizarra, obscurecendo qualquer significado social importante (BAGDIKIAN. In TRAQUINA, 2001, p. 116).

Então, se um *primary definer* coloca, numa cobertura de uma determinada ação do MST, que os sem-terra estavam armados, esse passa a ser o ponto central da questão a ser tratada pela matéria, e não a estrutura fundiária brasileira ou se aquele latifúndio ocupado cumpre ou não sua função social, conforme a Constituição brasileira. E mesmo fontes ligadas aos sem-terra – para que se cumpra a regra fundamental de “ouvir os dois lados” – terão de responder se eles estavam ou não armados, para não “desviarem do assunto”.

Traquina entende que também a teoria estruturalista sofre de um excessivo determinismo. Para ele, a relação entre os *primary definers* e os jornalistas é vista aqui de maneira unidirecional, na qual aqueles sempre comandam a ação. Na teoria estruturalista, ainda conforme Traquina, nunca há um processo de negociação antes da definição principal e, “encarado como um espaço de reprodução da ideologia dominante, o campo jornalístico perde o seu potencial como objeto de disputa, como recurso potencial para todos os diversos agentes sociais” (TRAQUINA, 2001, p. 94).

2.2. A TEORIA ETNOCONSTRUCIONISTA

A teoria etnoconstrucionista^[9] compartilha com a estruturalista a idéia de que a notícia é uma construção social, fruto de processos complexos de interação

entre jornalistas, fontes, comunidade profissional, sociedade, etc. Ambas rejeitam também a teoria do espelho e destacam as condicionantes do local de trabalho dos jornalistas (integrando contribuições da teoria organizacional). E reforçam a importância dos valores-notícia e das rotinas e procedimentos dos jornalistas na execução de seu trabalho, além de afirmarem um certo grau de autonomia dos jornalistas, negando uma visão instrumentalista da notícia e classificando a teoria da ação política como uma “teoria conspiratória”.

Jorge Pedro Sousa avança uma definição de notícia capaz de sintetizar a visão da teoria etnoconstrucionista. Para ele, notícias são

artefatos lingüísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia. Registre-se ainda que, embora as notícias representem determinados aspectos da realidade cotidiana, pela sua mera existência contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes (SOUSA, 2002, p. 13).

A socióloga norte-americana Gaye Tuchmann, uma das importantes pesquisadoras dessa linha, procura mostrar como as rotinas diárias dos jornais influenciam a cobertura, uma vez que eles se vêem colocados frente a um desafio pela natureza dúplice de sua matéria-prima: os acontecimentos podem surgir em qualquer parte e podem surgir a qualquer momento.

Frente a tal imprevisibilidade – e ainda pressionados pelos horários de fechamento —, os jornais tentam impor uma ordem no espaço e no tempo. No primeiro caso, criando uma rede noticiosa de repórteres, correspondentes e setoristas, além da compra dos serviços de agências, para capturar os acontecimentos. Isso implica que aqueles julgados notícia terão tendência a ocorrer em determinados locais e não em outros. Por exemplo: as bolsas de valores, a Câmara dos Deputados, os grandes clubes de futebol, etc. contam com setoristas de plantão diariamente. A possibilidade que têm, então, de gerar notícias é muito maior que a de um sindicato de trabalhadores, um movimento popular ou uma câmara de vereadores de uma pequena cidade do interior do país, que não têm jornalistas previamente designados para acompanhar seu dia-a-dia.

O tempo é outra variável importante: mesmo os acontecimentos desses locais determinados terão maior possibilidade de virar notícia caso ocorram durante as horas normais de trabalho da redação. Um processo de decisão governamental ou uma partida de futebol que, por algum problema, tenham conclusão após a meia-noite dificilmente estarão nos jornais impressos do dia seguinte ^[10]. Outra forma de enfrentar o tempo é o agendamento de pautas, por meio do qual as empresas listam os acontecimentos previstos e tentam planejar o futuro.

Molotoch e Lester, em *As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*^[11], ampliam os componentes desse jogo noticioso, ao identificar jogadores diferentemente posicionados.

Primeiro, há os promotores de notícia (news promoters) – aqueles indivíduos e seus associados (por exemplo, Nixon, a secretária de Nixon; Kunstler, o porta-voz de Kunstler; um-homem-que-viu-um-disco-voador) que identificam (e tornam assim observável) uma ocorrência como especial, com base em algo, por alguma razão, para os outros. Em segundo lugar, há os news assemblers (jornalistas, editores e rewriters) que, trabalhando a partir dos materiais fornecidos pelos promotores, transformam um perceptível conjunto finito de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através de publicação ou radiodifusão. Finalmente, há os consumidores de notícias (news consumers) (por exemplo, os leitores), que analogamente assistem a determinadas ocorrências disponibilizadas como recursos pelos meios de comunicação social e criam, desse modo, nos seus espíritos uma sensação de tempo público (MOLOTOCH e LESTER. In TRAQUINA, 1999, p. 38).

Nesse espaço de disputa que é a construção das notícias, os promotores diferentemente posicionados tentarão dar vida pública a certas ocorrências, buscando transformá-las em notícias, assim como evitar que outras cheguem ao conhecimento dos públicos. Nessa concorrência, Traquina identifica uma dimensão essencial da luta simbólica nas sociedades contemporâneas. E Molotoch e Lester identificam três formas distintas dos agentes terem acesso à mídia: o acesso habitual, o acesso disruptivo e o acesso direto.

No primeiro caso, indivíduos ou grupos em determinada localização serão sempre “boas fontes” (espera-se que um governador de estado, um presidente da Câmara dos Deputados ou um craque de time grande sempre tenham coisas importantes a dizer). No segundo, grupos ou indivíduos fora do campo das “boas fontes” promoverão acontecimentos fora da rotina para participar da construção

da experiência pública. As greves, manifestações públicas que fecham o trânsito, as ocupações, etc. enquadram-se aqui. O acesso direto é aquele reservado aos próprios jornalistas, que têm certo poder de interferir nas reportagens que desenvolvem. Para Molotoch e Lester, “o acesso habitual é uma das importantes fontes e sustentáculos das relações existentes de poder” (In TRAQUINA, 1999, p. 44).

A seleção das fontes é outro elemento destacado pelos autores da teoria etnoconstrucionista. Traquina elenca três critérios que se destacam entre os jornalistas para avaliar as fontes: autoridade, produtividade (capacidade da fonte de oferecer materiais suficientes para a produção da notícia) e credibilidade. Então, para ele, “devido a esses critérios é fácil compreender que as fontes oficiais correspondem melhor que as outras a necessidades organizativas das redações” (TRAQUINA, 2001, p. 106).

Também ocupam papel de destaque nesses estudos as rotinas do trabalho jornalístico. Traquina destaca que para a teoria etnoconstrucionista, os jornalistas, diante do excesso de acontecimentos – os grandes jornais recebem material diário suficiente para três, quatro e até mais edições – e do pouco tempo, somado aos critérios de avaliação das fontes, implicam-se numa dependência dos canais de rotina. E o próprio saber profissional se vincula também à capacidade de conhecer formas rotineiras de processar diferentes tipos de informação e ajustá-los a determinados padrões cognitivos. Vem daí o uso dos exemplos didáticos e comparativos – extensão de terras comparadas a tamanhos de campos de futebol, quantidades de dinheiro comparadas ao número de carros populares que poderiam comprar, etc —, tão comuns à imprensa.

Sousa ressalta estes aspectos:

como o ser humano só processa uma pequena quantidade de informação a cada momento, os jornalistas, sob a pressão do tempo, farão um uso adaptado de rotinas cognitivas que lhes sejam familiares para organizar as informações e produzir sentido. [...] Outras pesquisas no campo da psicologia cognitiva mostram que em condições de sobre-informação as pessoas e, por conseguinte, os jornalistas, recorrem a formas estereotipadas de pensamento (o que pode ajudar a explicar a padronização noticiosa). [...] Assim, um jornalista constrangido pelas formas rotinizadas de avaliar as situações e sua própria atividade, poderá tender a fabricar informação padronizada e a selecionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos. (SOUSA, 2002, p. 40-41).

Tal rotinização leva, ainda, a uma certa dependência em relação às fontes, especialmente àquelas cercadas de profissionais de assessoria de imprensa ou de relações públicas, que conhecem sobre a mecânica do trabalho jornalístico. Essas fontes terão maior possibilidade de acesso ao campo jornalístico, enquanto outras serão relegadas. Assim, o acesso aos mídia é um poder e, conforme Traquina (2001, p. 112), “os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em ver seus acontecimentos transformados em notícia”. E completa:

Assim, tal como a teoria estruturalista, a teoria construcionista defende que as notícias são um aliado das instituições legitimadas. Devido à necessidade de impor ordem no espaço e no tempo, a estória do jornalismo, no seu funcionamento diário, é descrita como sendo essencialmente a estória da interação de jornalistas e fontes oficiais. As fontes provêm sobretudo da estrutura do poder estabelecido e, por isso, as notícias tendem a apoiar o status quo (TRAQUINA, 2001, p. 113).

NOTAS

[1] Parte do terceiro capítulo de minha Tese de Doutorado intitulada O Jornalismo e a Construção da Hegemonia.

[2] A descrição da postura exigida do jornalista, feita por Amaral, é idêntica àquela exigida por Durkheim, e pelos demais positivistas, do cientista social. Este também deveria limitar-se à observação e à explicação causal dos fenômenos, de forma objetiva, neutra, livre de julgamentos de valor ou ideologias, descartando prenoções e os preconceitos, de forma igual ao que faria o homem das ciências da natureza.

[3] Pierre Bourdieu afirma que “o campo jornalístico se constituiu como tal no século XIX em torno da oposição entre jornais que ofereciam antes de tudo *nouvelles*, de preferência ‘sensacionalistas’, ou melhor, de sensação’, e jornais propondo análises e comentários, preocupados em marcar sua distinção em relação aos primeiros enfatizando com vigor os valores da *objetividade*; o campo jornalístico é o lugar de uma oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, acordados entre aqueles que reconhecem de forma mais completa os ‘valores’ e os princípios internos, e o reconhecimento pelo maior número, materializado pelo grande número de entradas, de leitores, ouvintes ou espectadores, ou seja, o índice de venda (*best seller*) e o lucro em dinheiro, a sanção do plebiscito democrático sendo inseparavelmente, neste caso, um veredicto do mercado” (Apud BARROS FILHO, 1995, p. 23).

[4] Reeditado em TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

[5] Reeditado em TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

[6] 1. Agenda ou roteiro dos principais assuntos a serem noticiados em uma edição de jornal ou revista, programa de rádio ou tv etc. Súmula das matérias a serem feitas em uma determinada edição. 2. Planejamento esquematizado dos ângulos a serem focalizados numa reportagem, com um resumo dos assuntos (no caso de *suite*) e a indicação ou sugestão de como o tema deve ser tratado. [...] Podem estar contidos numa pauta, além do resumo do assunto, o tratamento que deve ser dado à matéria, uma sugestão de lide, perguntas para os entrevistados, nomes, endereços e telefones de possíveis informantes etc. (RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo G. **Dicionário de comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1995)

[7] Publicado no Brasil, em 2003, pela editora Futura, com o título **A manipulação do público**.

[8] Reeditado em TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

[9] Em 2004, sob encomenda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da UFSC, Traquina publicou no Brasil, pela editora Insular, o volume 1 do livro **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Ali, chamou esse conjunto de *teoria interacionista*, embora no corpo do texto use também o termo teoria etnoconstrucionista.

[10] Outros meios, como o rádio e a televisão, também enfrentam problemas de tempo e de espaço. A TV, por exemplo, apesar dos avanços tecnológicos, ainda precisa deslocar uma certa parafernália para a cobertura de determinado acontecimento e nem sempre há equipes disponíveis. O rádio, apesar de mais ágil, também não consegue estar em todos os lugares ao mesmo tempo.

[11] Reeditado em TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ABREU, Alzira; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; e KORNIS, Mônica. *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ALDÉ, Alessandra e LATTMAN-WELTMAN, Fernando. *O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso “estado de natureza”*. In Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2000.

AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. 4ª ed. São Paul: Ática, 1990.

BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1995.

_____ e MARTINO, Luís Mauro Sá. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____ . *Jornalismo interpretativo*. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 1980.

_____ . *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. 22ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo, Cia das Letras, 2000.

CORREIA, João Carlos. *Media e cidadania. Algumas reflexões em torno de duas categorias modernas: consenso e ideologia*. <disponível em www.bocc.ubi.pt>

- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FOLHA DE S. PAULO. *Novo manual de redação*. 6ª ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1996.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Tchê, 1987 <disponível em www.adelmo.com.br>
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do jornalismo político à indústria cultural*. São Paulo: Summus, 1987.
- GUARESCHI, Pedrinho A. (Org.). *Os construtores da informação*. Meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. (Org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- KARAM, Francisco José. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.
- KUCINSKI, Bernardo. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul*. São Paulo: Edusp, 1997.
- LAGE, Nílson. *Ideologia e técnica da notícia*. 3ª ed. Florianópolis: UFSC, 2000 <disponível em www.ufsc.br>
- LIMA, Venício A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: EdUnb, 1996.
- PARK, Eun Yung. *Valor econômico: a mudança no estado de arte do jornalismo econômico*. 2002. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- PORTO, Mauro P. *Enquadramentos da mídia e política*. In workshp Mídia e eleições 2002. PUC-SP, 2002.
- PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2ª ed. Brasília: EdUnb, 2002.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.

_____. *A mídia e a modernidade*. Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2ª.ed. Lisboa: Vega, 1999.

_____. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001

_____. *Teorias do Jornalismo*. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

VIZEU, Alfredo. *O jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise de Discurso (AD)* <disponível em www.bocc.ubi.pt>

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 4ª ed. Lisboa: Presença, 1995.

_____. *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós, 1994.