

# TEORIAS DA NOTÍCIA: UMA TENTATIVA DE CONSTRUÇÃO



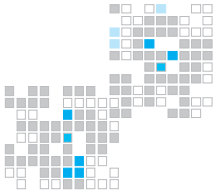
## Andrelise Daltoé

---

■ Jornalista graduada pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), professora dos Cursos de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Paranaense (Unipar) e da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel (Univel), e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

■ E-mail: [andrelisedaltoe@bol.com.br](mailto:andrelisedaltoe@bol.com.br)

134



## RESUMO

Por que as notícias são como são? Por que temos determinadas notícias e não outras? Por que alguns fatos viram notícias e outros não? Por que alguns fatos são notícia para determinados veículos enquanto em outros os mesmos não chegam a ser sequer mencionados? O suporte dos veículos noticiosos implica diferenças na prática jornalística para os diferentes meios? Em caso positivo, de que tipo seriam essas diferenças? Este artigo é parte da dissertação de mestrado que busca estudar a notícia conforme se apresenta em diferentes meios, desde a página impressa à webpage. Para isso, iniciamos com uma revisão das construções teóricas sobre a notícia, que ajudaram a definir o paradigma que adotamos para nortear uma investigação empírica do que foi divulgado como notícia, ou não, em diferentes veículos dos principais grupos de comunicação do Rio Grande do Sul: Grupo RBS, Caudas Júnior e Grupo Sinos.

PALAVRAS-CHAVE: NOTÍCIA • MEDIA • JORNALISMO.

## RESUMEN

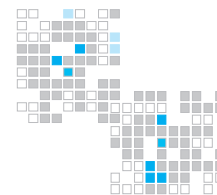
¿Por qué las noticias son como son? ¿Por qué tenemos en los periódicos unas noticias y otras no? ¿Por qué algunos hechos se tornan noticias y otros no? ¿Por qué determinados hechos son noticias en algunos medios de comunicación mientras en otros ni son mencionados? El soporte de los vehículos noticiosos ¿influye en diferencias en la práctica periodista para los diferentes medios? Si la respuesta es positiva, ¿cómo serían esas diferencias? Este artículo es parte de la disertación de maestría que busca estudiar la noticia de acuerdo como ella se presenta en los diferentes medios, desde la página impresa hasta la webpage. Para eso empezamos con una revisión de las construcciones teóricas sobre la noticia que ayudaron a definir el paradigma que adoptamos para dar la dirección a una investigación empírica de lo que fue vehiculado como noticia, o no, en los diferentes vehículos de los principales grupos de comunicación de Rio Grande do Sul: Grupo RBS, Caudas Júnior y Grupo Sinos.

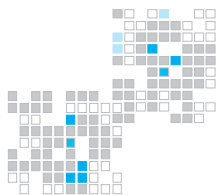
PALABRAS-CLAVE: NOTICIA • MEDIOS • PERIODISMO.

## ABSTRACT

Why are the News like they are? Why are on the press some News and not other one. What does somefact become News? Why some medias don't publish some News? Several medias mean several understandig about the importance of the News? Isthe model of the media decisive for it? What differences are relevant? This issue is a discussion on the News in severela medias and it was thought as a part of a Mastercourse's Final Writing like Dissertation.The first step was the discussion on the different concerns on News according to a cientifica paradigm and having as empirical base the publishing of News in the Media in Rio Grande do Sul (South Brazil): Grupo RBS, Caudas Júnior e Grupo Sinos.

KEY WORDS: NEWS • MIDIA • JOURNALISM.





O objetivo deste artigo é propor uma revisão das construções teóricas sobre a notícia, procurando evitar fazer um “resumo” das “teorias da notícia” ou das conclusões das pesquisas dessa área. Busca apenas sistematizar algumas considerações que ajudaram a definir o paradigma explicativo que adotáramos como ponto de partida para uma investigação empírica: as notícias são um artefato construído pela interação de várias forças, situadas em diferentes níveis: dos indivíduos, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico e da história. Adotouse, para tanto, como princípio, que os meios noticiosos conferem notoriedade pública a determinadas ocorrências, idéias e temáticas, democratizando o acesso às (representações das) mesmas e tornando habitual o seu “consumo”. Os meios jornalísticos contribuem ainda para que, a esses fatos, idéias e temáticas sejam atribuídos determinados sentidos (embora a legitimação última de sentido dependa, como é amplamente sabido, do receptor e das várias mediações sociais). Ainda que possam funcionar também como intermediadores de debates, já que, em alguns casos, permitem a interatividade ao receptor (por exemplo, através das cartas ao leitor – em determinados jornais – e de fóruns de discussão – em alguns portais de notícias), podemos dizer que os meios jornalísticos funcionam, pelo menos em certas circunstâncias, como agentes de vigilância e controle, embora dentro de certos limites. Entendemos, portanto, que os meios jornalísticos são – no mínimo potencialmente – um instrumento vital de troca de informações e de estimulação da cidadania, em que o jornalista assume - ou deveria assumir - um papel essencial, também de mediador.

Para a maioria das pessoas, os jornais, a TV, o Rádio e os portais de notícias compõem o quadro de informações que elas recebem do mundo que as cerca: como está a política econômica do governo, o desempenho do Congresso Nacional, a

vida dos artistas, o cotidiano do homem comum, quem foi vítima do assalto, o preço do combustível, do gás de cozinha, entre outras coisas. O jornalismo tem um espaço significativo na vida das pessoas. As notícias ocupam um papel relevante na imagem que elas constroem da realidade. Acreditamos que procurar entender como elas são construídas contribui para o aperfeiçoamento democrático da sociedade. Por isso é importante estudarmos os caminhos do processo de definição do que é considerado, ou não, notícia.

Em 1859, no artigo a “Reforma pelo Jornal”, de Machado de Assis (1997, p. 205) já destacava que:

*Houve uma coisa que fez tremer as aristocracias, mais do que os movimentos populares; foi o jornal. Devia ser curioso vê-las quando um século despertou ao clarão deste fiat humano; era a cúpula do seu edifício que desmoronava* (Assis, 1997, p. 205).

Num trabalho sobre o conceito de notícia na América Latina, Fernando Reyes Matta (1981, p. 42) afirma que o estudo dos valores/notícia toca numa questão geralmente não analisada com profundidade: “as motivações políticas, culturais e sociais que gravitam sobre quem seleciona a informação”. Matta comenta que os meios de comunicação estão

*incorporados à lógica econômica de maximização dos mecanismos de mercado, deixando de contemplar as conveniências culturais do conjunto da sociedade para limitar-se a satisfazer os interesses imediatos das entidades ligadas ao negócio da informação. E o setor especializado na produção de informações responde a estes interesses* (Matta, 1981, p. 42).

O sociólogo alemão Max Weber escreveu sobre as notícias num trabalho publicado em 1918. Weber nota que o trabalho jornalístico realmente bom exige pelo menos tanta inteligência quanto qualquer outro trabalho intelectual, lembrando ainda que o sentimento de responsabilidade de um jornalista honrado em nada é inferior ao de qualquer outro intelectual (Weber, 1972).

Além disso, considera que os jornais não são



**“O súbito interesse pelos estudos da notícia pode ser atribuído, em parte, ao reconhecimento do crescente papel ocupado pelos meios de comunicação nas sociedades modernas.”**

“simplesmente empresas capitalistas com a ânsia do lucro, mas também organizações políticas que funcionam como clubes políticos” (Weber, 1972, pp. 80-81). Ele entende que falar de notícias é, portanto, falar de política em meio à sociedade.

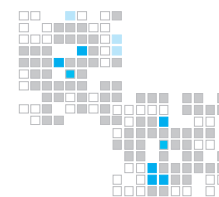
Em 1922, o ex-jornalista e sociólogo norte-americano Robert Park fez um trabalho sobre a natureza das notícias. Ele considerava que as notícias “têm como incumbência a construção da coesão social. Elas permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum”. A função da notícia é “orientar o homem e a sociedade num mundo real. Na medida em que o consegue, tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência da sociedade” (Park, 1972, p. 183).

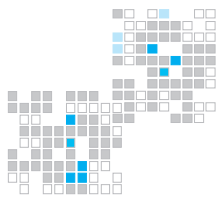
Durante os anos de 1950, continuando ainda nos anos de 1960, a investigação acadêmica do jornalismo é essencialmente quantitativa e dominada pelo paradigma do gatekeeper<sup>1</sup> (White, 1993). O número de artigos e livros é relativamente pequeno e, tomando-se por base as teses de doutorado nas universidades americanas<sup>2</sup>, durante toda a década de 1950 foram apresentadas menos de trinta teses, em comparação com a média de quinze teses que são apresentadas a cada ano a partir do fim dos anos de 1960 (Tra-

quina, 1993, p. 15). O final dos anos de 1960 foi marcado por uma grande explosão de interesse no jornalismo e nas notícias por parte da comunidade acadêmica, em particular nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha. O súbito interesse pelos estudos da notícia pode ser atribuído, em parte, ao reconhecimento do crescente papel ocupado pelos meios de comunicação nas sociedades modernas. Esse interesse renovado, pelo jornalismo e pelas notícias, também está intimamente relacionado com as transformações pelas quais o mundo passava na época. Nos anos de 1960 temos a crise dos mísseis em Cuba, o movimento dos direitos civis e a guerra do Vietnã, uma série de mudanças que atingiram os países capitalistas do Ocidente e que tiveram seus reflexos sobre o jornalismo e a comunidade científica. Nos Estados Unidos, o *new journalism*, que tem em Tom Wolfe (1989, pp. 49-91) um de seus representantes, mexe com dogmas tradicionais da atividade jornalística como o da objetividade (Schudson, 1978). Em vários países, a onda de protesto invade as universidades e abre espaço para uma nova fase de investigação, num processo que acaba por ressaltar significados ideológicos. Traquina (1993) observa que o crescente interesse pelo papel da ideologia na prática jornalística é incentivado pela influência de certos autores marxistas, como Gramsci, e pela redescoberta da natureza problemática da linguagem, como se dá na escola semiótica francesa e na escola culturalista britânica. Ele observa ainda que um outro avanço importante nos estudos do jornalismo está relacionado diretamente com as inovações metodológicas que contribuíram para a qualidade das pesquisas.

1. O *gatekeeper* foi um conceito usado por White (1993, p. 143) para estudar o fluxo de notícias nos jornais e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como portas e que decidem se uma informação “passa” ou é rejeitada.

2. Um dos mais antigos textos acadêmicos voltados para o jornalismo e as notícias do qual se tem informação é uma tese de doutorado sobre o papel social do jornal que foi apresentada na Universidade de Chicago, em 1940.





Os trabalhos marcadamente quantitativos e baseados em entrevistas e questionários foram enriquecidos por um trabalho de campo com a análise detalhada que a abordagem etnometodológica permite. Uma das contribuições dessa nova fase de investigação é que ela teve uma preocupação maior com as implicações políticas e sociais da atividade jornalística e o papel das notícias. Dois exemplos desse tipo de investigação são os estudos realizados por Gaye Tuchman e Phillip Schlesinger. Tuchman (1983, p. 9) investiga como os jornalistas decidem o que é notícia, o porquê de eles se ocuparem de determinados assuntos e não de outros e como decidem o que as pessoas devem saber. Um tema central do trabalho de Schlesinger (1992) trata do controle sobre a produção da notícia. Em seu estudo, ele analisa a ideologia corporativa da imparcialidade na BBC e as pressões pela conformidade derivadas dela.

Dentro de uma perspectiva da pesquisa sociosemiótica, uma das importantes contribuições no campo da investigação da informação é a de Rodrigo Alsina (1996). Em *La Construcción de la Notícia*, ele estuda a notícia como um produto da indústria informativa. O autor considera que a rotina informativa tem de levar em conta a construção semiótica dos discursos jornalísticos e a existência dos “mundos de referência” como um dos elementos da produção das notícias. O autor propõe uma definição para a notícia, qual seja, “notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (Alsina, 1996, p. 185).

Van Dijk (1990, p. 34), por sua vez, propõe que o estudo da notícia deve ser abordado sob um novo enfoque, que deve ser basicamente interdisciplinar e combinar a análise lingüística, o discurso analítico, o psicológico e o sociológico do discurso informativo e dos processos jornalísticos.

Os estudos mencionados até aqui, longe de pretenderem contemplar toda a diversidade e a com-

plexidade do campo das notícias, foram utilizados com o objetivo de pontuar alguns aspectos da discussão, numa tentativa de nos situar dentro do contexto do debate sobre o tema.

No Brasil, como nos demais países onde acontece a discussão sobre o jornalismo e a notícia, para os mais diversos autores, das mais diferentes escolas, a *alma* do jornalismo, seu interesse principal em suma, é a notícia (Marcondes Filho, 1986, p. 12). Nas palavras de Sodré (1996, p. 131), “a notícia – a americaníssima news of the day – constitui o ponto central da informação jornalística”. Ainda sem pretender traçar aqui um amplo painel, procuraremos apontar no que segue alguns aspectos de como a discussão sobre o jornalismo e a notícia vem se dando nos últimos anos em nosso país.

Para Amaral (1987, p. 16), o jornalismo é o estudo do processo de transmissão de informação, por meio de veículos de difusão coletiva, com características de atualidade, periodicidade e recepção coletiva. A mesma linha de pensamento e seguida por Juarez Bahia:

*A palavra jornalismo quer dizer apurar, reunir, selecionar e difundir notícias, idéias, acontecimentos e informações gerais com veracidade, exatidão, clareza, rapidez, de modo a conjugar pensamento e ação [...] o jornalismo é uma arte, uma ciência, uma técnica* (Bahia, 1990, p. 9).

Esses dois autores representam uma “escola” segundo a qual o jornalismo não passa de uma técnica. Essa “escola” tem ainda um grande espaço nas redações e nas faculdades brasileiras. Para ela, o jornalismo é muito mais uma forma de comunicação que busca integrar e adaptar o homem ao seu meio. Marques de Melo, em *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1994, pp. 36-37), também se aproxima dessa visão do jornalismo como técnica ao considerar que cabe ao discurso jornalístico reproduzir o real, que não passa de algo imutável, restando aos jornalistas a tarefa de relatar os fatos. Essa visão, que tem por base o jornalis-





## “Embora a notícia continue a ser tratada como uma questão meramente técnica, muitos outros autores preferem considerar que o fato “vira” notícia, ou não, em função de uma série de interesses.”

mo impresso, também irá encontrar eco no rádio e no telejornalismo: em *O Texto na TV*, por exemplo, Paternostro (1994, pp. 11-12) deixa claro que para escrever bastam algumas regras e alguns cuidados.

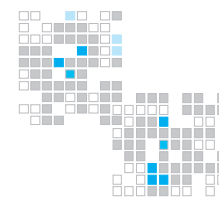
Embora a notícia continue a ser tratada como uma questão meramente técnica, muitos outros autores preferem considerar que o fato “vira” notícia, ou não, em função de uma série de interesses – principalmente político-econômicos – e em relação à objetividade/subjetividade de quem seleciona – e assim determina o que é notícia (Ortriwano 1985, p. 91). Marcondes Filho (1986) qualifica o jornalismo como uma “produção social de segunda natureza, funcional à manutenção do capitalismo”. E é dentro desse contexto que ele define a notícia como

*a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensoriais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo* (Marcondes Filho, 1986, p. 13).

Para Lage (1982), a atividade jornalística baseia-se num tripé formado pelas linguagens, as tecnologias e as ciências sociais. Apesar disso, ao explicitar o conceito de notícia, o professor, pesquisador e jornalista acaba se aproximando das “velhas” concepções da prática das redações: “Podemos definir notícia como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ao seu aspecto mais importante” (Lage, 1982, p. 36).

Genro (1977) avança na área epistemológica e define o jornalismo como uma forma de conhecimento diferente daquela produzida pela ciência. Essa contribuição modifica um pouco o tripé original de Lage (1982). Aqui, o jornalismo passa

a se sustentar pelas linguagens, as tecnologias e os diferentes modos de conhecimento (Meditsch, 1992, p. 20). Genro (1977, p. 163), defende o jornalismo como “uma forma de conhecer que se cristaliza no oposto da universalidade, a singularidade. É uma forma de conhecimento que surge, historicamente, com base no desenvolvimento das relações capitalistas e com base na indústria”. Para elaborar seu conceito sobre jornalismo, o mesmo autor usa três categorias de grande tradição na filosofia: “o singular, o particular e o universal”. Ele entende que os fatos jornalísticos, como em qualquer outro fenômeno, coexistem nessas três dimensões da realidade, articuladas no contexto de uma determinada lógica (Genro, 1977, p. 163). Tomemos um exemplo do próprio Genro (1977, p. 163) para tentar deixar mais clara essa relação: uma greve na região do ABC, em São Paulo. Ao ser transformada em notícia, num primeiro plano e explicitamente, serão considerados os fatos mais específicos e determinados do movimento, aspectos singulares, tais como quem está exatamente em greve, quais são as suas reivindicações e outras perguntas afins que terão de ser respondidas. Mas a notícia da greve terá de ser elaborada como pertinente a um contexto político particular, que vai levar em conta a identidade do significado com outras greves ou fenômenos sociais relevantes. É um acontecimento que tem de estar situado numa ou mais “classes” de eventos, segundo uma análise conjuntural que pode ser consciente ou não. A universalidade desse fato político, em que pese não seja explicitada, estará presente como conteúdo. Assim, “o critério jornalístico de uma informação está indissolúvelmente ligado à reprodução de um fato do ponto de vista da sua singularidade” (Genro, 1977, p. 163).





Entendemos que “a característica do discurso jornalístico como forma singular de conhecer independe do veículo utilizado para publicizar as notícias” (Machado, 1994, pp. 50-63). Seja nos jornais ou revistas, seja no rádio, nos portais de notícia ou na TV, o que varia, na maioria das vezes, é o modo de divulgação e apresentação do evento.

Uma outra importante contribuição no campo da pesquisa do jornalismo e na abordagem da no-

**“As notícias representam determinados aspectos da realidade cotidiana pela sua simples existência, mas também contribuem para construir socialmente novas realidades.”**

tícia é o estudo que vem sendo desenvolvido pelo professor Fausto Neto que “busca oferecer aos interessados uma possível alternativa de leitura do discurso jornalístico, destacando-se, especialmente, o papel que as estratégias discursivas têm na construção dos acontecimentos” (Fausto Neto, 1991). Em *O Impeachment da Televisão*, Fausto Neto (1995) procura mostrar como os telejornais produziram o *impeachment* do ex-presidente Collor. Tendo como base o campo da análise do discurso, procura descrever as características de uma possível gramática de produção dos telejornais brasileiros. O autor faz um mapeamento das operações e das leis principais que orientam os noticiários televisivos, destacando aquelas que devem atravessar o conjunto de telenoticiários, especificando os aspectos que parecem ser restritos aos diferentes telejornais. Em outra obra, o mesmo autor (Fausto Neto, 1995, p. 75) observa que a televisão, via, particularmente, telejornal,

*faz sempre o processo de publicização dos fatos por intermédio de regras particulares a cada sistema de comunicação que, dessa maneira, nada mais estariam fazendo do que oferecendo o seu como o único modelo de construção da política.*

Já Ronaldo Henn em *Os Fluxos da Notícia* (2002), compreendendo a notícia pelo enfoque da Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce, diz que a produção de notícia envolve um processo ainda mais complexo, que ele entende como “semiose”:

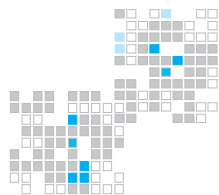
*As notícias formam signos cujos objetos são as ocorrências que pululam no cotidiano. Estão aptas a reproduzir interpretantes de diferentes matizes, que vão desde a formação de opinião sobre determinados episódios até a geração de ações concretas na sociedade. Ou seja, uma notícia tem a possibilidade de gerar os interpretantes previstos por Peirce, inclusive o “emocional”, que se restringirá a uma apreensão qualitativa tanto do aspecto gráfico como de alguma poética (no sentido de Jakobson, 1975) que a redação da matéria contenha* (Henn, 2002, p. 50).

As notícias representam determinados aspectos da realidade cotidiana pela sua simples existência, mas também contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes. Henn (2002) entende o jornal como um sistema inserido em outro mais amplo, formado pela própria realidade de que participa. Ele propõe, assim, uma reflexão sobre o que intitula de “fronteiras sistêmicas” entre jornalismo e sociedade:

*Trabalho com a hipótese de que nessa relação se estabelece um jogo de intervenções por meio do qual cada sistema é continuamente recriado: o jornalismo, na medida em que estabelece limites daquilo que é realidade relevante, e a sociedade, impondo seus interesses diversificados* (Henn, 2002, p. 10).

### **Do acontecimento à notícia**

Há três conceitos principais ligados ao jornalismo: *newsmaking*, *gatekeeping* e *agenda-setting*. Esses conceitos são utilizados para explicar os critérios que definem o número limitado de histórias selecionadas pelo jornalista dentre os muitos fatos que ocorrem no mundo durante um período qualquer, e o que faz com que aqueles aconteci-





**“O editor sempre precisa saber o que tem de novo no mundo que  
“caiba” (nos dois sentidos) no jornal, que conquiste leitores e não entre  
em confronto com os que o mantêm economicamente.”**

mentos sejam considerados notícia. Conforme o artigo de Robert Darnton – *Jornalismo: Toda Notícia que Couber a Gente Pública* – que trata da estrutura de trabalho do jornal *The New York Times* a partir de sua experiência como jornalista, (1990, p. 70) “constitui-se como uma proposta interessante pensar, como um indicador dos critérios de passagem do acontecimento à notícia, o espaço que ele virá a ocupar numa página”. Mas mais interessante ainda é o outro sentido de “caber”, pois o acontecimento deve ser compatível com a “estrutura editorial”, ou seja, “caber” na ideologia do jornal. Assim,

*a comunidade apenas conhecerá os fatos que o jornalista, como representante da mesma, considere como fatos relevantes passíveis de ter um valor informativo e também que estejam de acordo com os valores e crenças que definem a estrutura editorial de cada veículo ou grupo jornalístico.*

O editor sempre precisa saber o que tem de novo no mundo que “caiba” (nos dois sentidos) no jornal, que conquiste leitores e não entre em confronto com os que o mantêm economicamente. A notícia vai além de traduzir o mundo, ela faz, também, circular os acontecimentos, mas acaba, nessa perspectiva, publicizando apenas o real que deseja. “Assim, não só o acontecimento cria a notícia, como se estruturou o pensamento sobre a natureza da imprensa, como a notícia cria o acontecimento” (Traquina, 1993, p. 167).

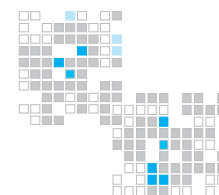
Dessa forma, assistimos à produção de eventos com o objetivo específico de se tornar notícia, ou seja, de produzir ações espetaculares para, simplesmente, aparecer nos *media*. Ou ainda à transformação de ações ou pessoas quando percebem a aproximação de uma

câmera. O estatuto de existência de grupos culturais e políticos acaba sendo legitimado apenas pelos *media*.

As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em decorrência do noticiário dos jornais, da televisão ou de outro meio de informação. A construção clássica conhecida como hipótese do *agenda-setting* reflete com sucesso o papel dos *media* no processo de formação da opinião pública. “O público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos” (Shaw, 1979, p. 98), pois os meios de comunicação apresentam à população “uma lista de assuntos que devem ser discutidos, ou ao menos que se deve ter uma opinião” (Wolf, 2002, p. 161). Ao definir o que se poderia chamar de “*menu seletivo*” de informações como sendo “o que aconteceu”, determina-se ao mesmo tempo também que outros temas não sejam conhecidos, e, portanto, comentados. Assim, a “agenda social” é escrita a partir da agenda criada previamente pelos meios de comunicação. As pessoas, então, “têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (Shaw, 1979, p. 99).

A hipótese fundamental foi formulada por Maxwell E. McCombs e Donald Shaw no final da década de 1960 (Wolf, 1994, p. 130). Mais recentemente, McCombs e Shaw ampliaram mais o conceito de *agenda-setting*:

*O agenda-setting é consideravelmente mais que a clássica asserção que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos*







para pensar esses objetos são os poderosos papéis do agenda-setting (1993, p. 62).

Theodore White, em 1972, observava que *o poder da imprensa é primordial; ela estabelece a ordem do dia da discussão pública [...] nenhum ato importante do Congresso Americano, nenhuma ação no estrangeiro, nenhum ato de diplomacia, nenhuma reforma social pode ser bem-sucedida, nos Estados Unidos, se a imprensa não preparar a opinião pública. E, quando a imprensa escolhe um assunto para inseri-lo na ordem do dia, é ela que provoca a passagem aos atos...* (citado por Barros Filho, 1995, p. 171).

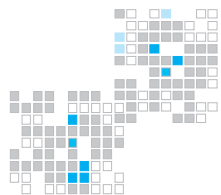
Retornemos então às seguintes questões: como se opera a seleção temática dos *media*? Quem seleciona os temas que serão agendados pelo público? Se os *media* agendam o público, quem agenda os *media*? Nesse sentido, DeGeorge destaca a importância que têm todos os processos que contribuem na canalização temática dos *media* para o *agenda setting*:

*A habilidade que têm os meios de comunicação para produzir alterações graças aos efeitos cognitivos pode ser atribuída ao constante processo de seleção realizado pelos gatekeepers nos meios de comunicação, que, em primeiro lugar, determinam que acontecimentos são jornalisticamente interessantes e quais não, atribuindo distintas relevâncias em variáveis como a extensão (de tempo e espaço), a importância (tamanho da manchete, localização no jornal, frequência de aparição, posição no conjunto das notícias) e o grau de conflito (a maneira como se apresenta o material jornalístico) [...] Algumas notícias são tratadas detalhadamente, outras merecem uma supérflua atenção e outras são ignoradas [...]* (DeGeorge, 1981, pp. 219-220).

Parte da resposta à pergunta sobre quem agenda os meios está nos próprios acontecimentos. Estes são a fonte primária de todo o trabalho informativo. No entanto, as limitações físicas de tempo e espaço inerentes a todo produto mediático exigem uma seleção. Mas a triagem temática não é apenas

decorrente de um determinismo técnico do meio. Dessa forma, é possível dizer que a seleção operada pelos *media* será resultado do encontro de fatores de dois tipos: de um lado, os que são próprios do conteúdo da mensagem e, de outro, os externos ou alheios ao seu conteúdo. É no livro de Mauro Wolf, *Teorias da Comunicação* (1994, pp. 159-227), e no de Nelson Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias* (1993, pp. 167-190), que vamos encontrar uma organização e uma sistematização dos estudos que vêm sendo desenvolvidos a partir das hipóteses relativas ao *newsmaking* (produção das notícias). Tomando por base essas pesquisas, faremos um breve comentário sobre o *newsmaking* e alguns conceitos elaborados dentro do quadro referencial proposto para o presente estudo. As pesquisas baseadas no conceito de *newsmaking* procuram “descrever o trabalho comunicativo dos emissores como um processo no qual “acontece de tudo” – rotinas cansativas, distorções intrínsecas e estereótipos funcionais. Baseando-se na etnografia dos mass media, essas análises articulam e individualizam empiricamente os numerosos níveis de construção dos textos informativos de massa” (Wolf, 1994, p. 226). Tais estudos representam “uma primeira tentativa, em termos empíricos, para descrever as práticas comunicativas que geram as formas textuais recebidas pelos destinatários” (Wolf, 1994, p. 226). Por que as notícias são como são? Que imagem elas fornecem do mundo? Como essa imagem é associada às práticas do dia-a-dia na produção de notícias, nas empresas de comunicação? Essas são algumas das questões de que se ocupam os estudos embasados na noção de *newsmaking*, cuja abordagem se dá dentro do contexto da cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e os processos produtivos.

Retomemos, então, um pouco do que já foi dito até aqui: o primeiro questionamento que surge para pôr em causa a afirmação dominante no campo jornalístico, de que as notícias são como





## “Parte da resposta à pergunta sobre quem agenda os meios está nos próprios acontecimentos. Estes são a fonte primária de todo o trabalho informativo.”

são porque a realidade assim as determina, é embasado na noção de gatekeeping, que se refere a um processo pelo qual as mensagens existentes passam por uma série de decisões, filtros (ou portas – *gates*) até chegarem ao destinatário ou consumidor. O termo *gatekeeper* – que se refere à pessoa que toma a decisão – foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, num artigo publicado em 1947, sobre as decisões domésticas com relação à compra de alimentos para casa. David Manning White (1993) foi o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo. White concebe o processo de produção da informação como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias é filtrado, tem que passar por diversas portas (*gates*), que são áreas de decisão nas quais o jornalista (*gatekeeper*) seleciona se uma notícia vai entrar ou não. A notícia que for descartada não será publicada, é claro, naquele jornal (White, 1993, p. 143). O primeiro trabalho em que o conceito é aplicado ao jornalismo, publicado em 1950, é um estudo de caso. White (1993) observou a forma como procede *Mr. Gates*, um jornalista de 25 anos de atividade, que trabalha numa cidade do *Midwest* estado-unidense de cem mil habitantes, e que tem a função de selecionar, entre a grande quantidade de despachos das agências que chegam todos os dias, aqueles que o jornal deve publicar. A pesquisa de White revela que *Mr. Gates* costumava fazer anotações no material das agências classificando-as de uma forma subjetiva: “[...] 26 artigos foram rejeitados como sendo ‘demasiado vagos’, 51 como ‘composição aborrecida’ e 61 por serem ‘sem interesse’” (White, 1993, p. 149). “O processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expecta-

tivas do *gatekeeper*” (White, 1993, p. 149). As pesquisas que se seguiram realçaram o aspecto de as normas ocupacionais parecerem mais fortes que as preferências pessoais na seleção e na filtragem das notícias.

O estudo posterior de Warren Breed (1993) alargou a perspectiva do *gatekeeper*. Ele estudou o controle social nas redações, analisando os mecanismos de manutenção da linha editorial e política dos jornais. O autor observa que “o jornalista conforma-se com as normas da política editorial da organização independente de qualquer idéia que ele tenha trazido consigo”. Breed (1993, pp. 157-161), por sua vez, apresenta seis motivos que “fazem com que o jornalista se conforme com a política editorial da organização: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de dever e estima para com os superiores; as aspirações à mobilidade profissional; a ausência de fidelidade de grupo contrapostas; o caráter agradável do trabalho; o fato de a notícia ser transformada em valor”. Na sua atividade diária, explica o autor, “o jornalista redefine seus valores ao nível mais pragmático da redação” (Breed, 1993, pp. 157-161).

Conforme Wolf (1994), os estudos posteriores ao de Breed apontam para a necessidade de integrar o papel de *gatekeeper* na análise dos papéis produtivos e da organização burocrática da qual o mesmo faz parte. Essa passagem marca a transição dos estudos sobre a manipulação explícita da informação para a questão da distorção inconsciente, que acontece constantemente na cobertura jornalística. Enquanto os estudos sobre o *gatekeeper* ligavam o conteúdo dos jornais ao trabalho de seleção das notícias, executado pelo guarda do portão, da barreira (*gate*), os estudos mais recentes sobre a produção de notícias relacionam





**“Seria demasiadamente simplificador tentar entender os critérios de seleção das notícias só como uma escolha subjetiva do jornalista, dos meios, ou dos grupos a quem eles pertencem.”**

a imagem da realidade social, dada pelos media, com a organização diária das empresas jornalísticas. Essa perspectiva é diferente daquela que remete toda a deficiência da cobertura informativa exclusivamente para pressões externas, pois abre a possibilidade de captar o funcionamento da “distorção inconsciente, vinculada ao exercício profissional, às rotinas de produção, bem como aos valores partilhados e interiorizados sobre o modo de desempenhar a função de informar” (Wolf, 1994, p. 166).

As exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos *mass media* (Wolf, 1994, p. 166).

Todos os fatores apontados pelas diversas teorias e autores como condicionantes da notícia realmente parecem estar conectados. As notícias e a forma como são ou deixam de ser veiculadas, em cada meio, resultam de (e produzem) determinadas conjunturas pessoais, sociais, ideológicas, culturais e tecnológicas, que acabam reincidindo sobre o próprio sistema dos meios, tornando-se parte de um complexo processo. Não se trata, simplesmente, de uma escolha entre o que é ou não é notícia, entre o que vai ser destacado pelo jornalismo e, portanto, discutido, comentado, debatido, ou não. Entre o que vai permanecer na agenda por mais, ou menos, tempo. Seria demasiadamente simplificador tentar entender os critérios de seleção das notícias só como uma escolha subjetiva do jornalista, dos meios, ou dos grupos a quem eles pertencem:

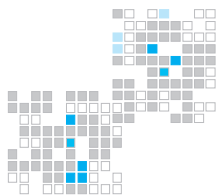
trata-se de um componente, em si mesmo complexo, que se desenrola ao longo do processo produtivo, em que uma diversidade de critérios acaba se relacionando com a noticiabilidade dos próprios fatos.

Nesse sentido, é possível dizer que o jornalismo não é o espelho da realidade, é muito mais uma forma de conhecimento social, que constrói diariamente o mundo que nos cerca. No processo de descrever um fato, a notícia define e dá forma a esse fato. (Tuchman, 1983, pp. 197-198).

Todas as notícias são semelhantes em sendo variedades do jornalismo, o que significa que elas constituem um relato atual de acontecimentos atuais. As notícias de jornal, de rádio, de televisão e de portais são semelhantes na utilização dos mesmos temas, conceitos e fórmulas, na construção de uma mesma “linha”, que acaba dando significado e identidade aos acontecimentos.

O que os meios publicam hoje estabelece uma linha de ação que identifica acontecimentos relatados amanhã como sendo noticiáveis, e a sua publicação confirma a validade da decisão do primeiro dia e aponta para acontecimentos ainda mais longe no futuro como sendo merecedores de cobertura (Traquina, 1999, p. 296).

Sabe-se que vários fatores interferem na construção da notícia. “Se dentro de um contexto um determinado fato emerge da superfície plana da realidade, sendo percebido como notável e, portanto, como um acontecimento digno de se tornar notícia” (Rodrigues, 1988), noutro contexto esse mesmo fato pode passar despercebido por não ter um enquadramento que permita observá-lo como um acontecimento notável.





## BIBLIOGRAFIA

- ALSINA, M. R. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1996.
- AMARAL, L. *Técnica de jornal e periódico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/MEC, 1987.
- ASSIS, Machado. *Crítica e variedades*. São Paulo, Globo, 1997.
- BAHIA, J. *Jornal história e técnica: história da imprensa Brasileira*. São Paulo: Editora Ática, 1990.
- BARROS FILHO, C. *Ética na comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Editora Moderna, 2001.
- BREED, W. *Controle social na redação*. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson, *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- DARNTON, R. *O beijo de Lamourette*. Mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- DeGEORGE, W. F. Conceptualization and measurement of audience agenda. *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills: Sage, 1981.
- FAUSTO NETO, A. *O impeachment da televisão*. Como se cassa um presidente. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Televisão e vínculo social*. Telejornal - modos de recepção e posições de leituras. São Paulo: Trabalho apresentado na Compôs, 1996.
- GENRO, A. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre, Tchê, 1977.
- HENN, R. *Os fluxos da Notícia – Uma semiose sistêmica*. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- LAGE, N. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia*. Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.
- MATTA, F. R. El concepto de noticia en America Latina: valores dominantes y perspectivas de cambio. In: *Estudios y Documentos de Comunicación Social*. Paris: Unesco, n 85, 1981.
- ORTRIWANO, G. *ÁA informação no rádio*. São Paulo, Summus, 1985.
- PARK, R. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, Charles S. (org). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.
- PATERNOSTRO, V. I. *O texto na tv*. Manual de telejornalismo. 4º Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- RODRIGUES, S. *Jornalismo online: a imprensa em bits*. In: www.citi.pt/estudos\_multi/sara\_rodrigues/index.html. s.d. (14/08/2002)
- RODRIGUES, A. D. *O acontecimento*. Comunicação e Linguagens, 8, 1988.
- SCHLESINGER, P. *Putting "reality" together*. Reprinted, London: Routledge, 1992.
- SCHUDSON, M. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978.
- SCHUDSON, M. *The power of the news*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- SHAW, E. F. *Agenda-setting and mass communication theory*. Gazette, 25(2), 1979.
- SODRÉ, M. *Reinventando a cultura*. A comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.
- SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SOUZA, J. P. *Por que as notícias são como são?* Construindo uma teoria da notícia. <http://bocc.ubi.pt/index2.html>, 1999 (10/12/2003)
- \_\_\_\_\_. *As notícias e os seus efeitos*. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media. <http://bocc.ubi.pt/index2.html>, 1999 (10/12/2003)
- \_\_\_\_\_. *Construindo uma teoria do jornalismo*. <http://bocc.ubi.pt/index2.html>, 2003 (10/12/2003)
- \_\_\_\_\_. *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002
- TRAQUINA, N. (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Tradução: Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1993.
- \_\_\_\_\_. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Jornalismo*. Lisboa: Quimera, 2002
- TUCHMAN, G. *La producción de la noticia*. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili: 1983.
- TUCHMAN, B. W. *A marcha da insencatez: de Troia ao Vietna*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- WOLFE, T. *Décadas púrpuras*. Porto Alegre: L&PM, 1989.
- WHITE, D. M. O gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega. 1993.
- WEBER, M. *Ciência política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1972.
- WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1994, 2002.

