

✓  
90

---

## UMA "TEORIA" DA NOTÍCIA: PROPOSTA DE UM MODELO

JORGE PEDRO SOUSA

### RESUMO

Considerando que a pesquisa sobre jornalismo já produziu matéria suficiente para a formulação de uma "Teoria" da Notícia, neste texto procura-se explicar "por que é que as notícias são como são" e "por que é que temos umas notícias e não outras" com base num novo modelo construcionista, onde se enquadram as conclusões dos trabalhos de diversos autores. O paradigma aqui proposto é baseado na interacção de seis forças: acção pessoal, acção social, acção ideológica, acção cultural, acção do meio físico e tecnológico e acção histórica.

### ABSTRACT

In this article, I consider that research about journalism has already produced results that permit the formulation of a "News Theory". I will try to explain why news is as it is and why we have some news and not other news by using a new model of interpreting news. This new paradigm is based in the action of six forces: personal, social, ideological, cultural, technological, and historical

### INTRODUÇÃO

Michael Schudson (1988) escreveu que poderíamos explicar as notícias em função de três tipos de forças interligadas e interactuantes: uma acção pessoal, uma acção social e uma acção cultural. Com base na perspectiva do autor, seria possível traçar um quadro explicativo sistemático e global para termos as notícias que temos em cada meio sócio-cultural e em cada momento histórico. Isto é, com base no modelo schudsodiano não só podemos identificar os principais factores de influência no processo de construção e fabrico das notícias como também podemos integrar essas explicações num paradigma explicativo, com contornos de "teoria".

Porém, se me parece que o modelo de Schudson possui virtualidades pedagógicas, também me parece que o mesmo modelo é insuficiente para explicar por que razão as notícias que temos são estas e não outras. Mesmo os factores de influência sobre as notícias que Schudson identifica são escassos (por exemplo, o autor não fala dos factores psicológicos ao nível

UMA "TEORIA" DA NOTÍCIA: PROPOSTA DE ...

da acção pessoal e resume a acção social aos mecanismos organizacionais). De qualquer modo, reorientando e alargando esse modelo, parece-me que encontramos uma forma fecunda e pertinente de explicar “por que é que as notícias são como são”, conforme o título que Michael Schudson (1988, 17) dá ao seu artigo. Friso, todavia, que há um aspecto em que difiro de Schudson. Para este académico (1996, 31 et passim), as notícias são cultura, não ideologia, enquanto que, na minha visão, existe uma acção ideológica que se faz sentir sobre as notícias. Sublinho, igualmente, que no domínio da influência sócio-cultural sobre o processo de construção e fabrico das notícias difundidas pelos meios jornalísticos haveria ainda que enfatizar o papel da história na conformação das notícias, um tema que Schudson havia abordado em 1978, no livro *Discovering the News*, e ao qual retorna em 1996, no livro *The Power of News*, mas que surge relativamente ignorado no artigo de 1988 a que fui beber a proposição central do modelo explicativo para as notícias que aqui apresento.

Face ao exposto, organizarei este texto equivalendo-o ao modelo explicativo das notícias que defendo, no qual expresso uma visão construcionista das notícias (que ultrapassa as “teorias” estruturalista, organizacional ou do “espelho”). Assim, o texto é estruturado em função da influência que as diferentes forças que identifiquei têm sobre as notícias, um pouco à semelhança do que fizeram Shoemaker e Reese (1996) em *Mediating the Message*. Essas forças, que se têm de observar como interdependentes, integradas, interactuantes e sem fronteiras rígidas são as seguintes:

- 1) Acção pessoal – as notícias resultam, parcialmente, das pessoas e das suas intenções;
- 2) Acção social – as notícias são fruto das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema social, particularmente do meio organizacional, em que foram construídas e fabricadas;
- 3) Acção ideológica – as notícias são originadas por forças de interesse que dão coesão aos grupos, seja esse interesse consciente e assumido ou não;
- 4) Acção cultural – as notícias são um produto do sistema cultural em que são produzidas, que condiciona quer as perspectivas que se têm do mundo quer a significação que se atribui a esse mesmo mundo (mundividência);
- 5) Acção do meio físico e tecnológico – as notícias dependem dos dispositivos tecnológicos que são usados no seu processo de fabrico e do meio físico em que são produzidas;
- 6) Acção histórica – as notícias são um produto da história, durante a qual interagiram as restantes cinco forças que enformam as notícias que temos.

7

Handwritten mark: a checkmark with the number '90' written below it.

Não posso, por ausência de espaço, fazer deste texto um resumo das "teorias" da notícia ou um resumo das conclusões das pesquisas que se fizeram no seu âmbito. Procuo, apenas, sistematizar algumas considerações que me permitem demonstrar o paradigma explicativo que desenhei. A minha assunção primordial é a seguinte: os meios noticiosos conferem notoriedade pública a determinadas ocorrências, ideias e temáticas, que representam discursivamente, democratizando o acesso às (representações das) mesmas e tornando habitual (ritual?) o seu consumo. Os meios jornalísticos contribuem ainda para dotar essas ocorrências, ideias e temáticas de significação, isto é, contribuem para que a essas ocorrências, ideias e temáticas seja atribuído um determinado sentido, embora a outorgação última de sentido dependa do consumidor das mensagens mediáticas e das várias mediações sociais (escola, família, grupos sociais em que o indivíduo se integra, etc.). Em parte, a acção descrita é exercida porque os meios jornalísticos integram essas representações de determinadas ocorrências, ideias e temáticas, enquanto fragmentos que são, num sistema racionalizado e organizado que, globalmente, fornece um quadro referencial explicativo do mundo, num processo que poderíamos genericamente designar por construção social da realidade pelos *media*, a exemplo da noção avançada por Berger e Luckmann (1976).

### ACÇÃO PESSOAL

Desde que White (1950) lançou os estudos com base na útil metáfora do *gatekeeping* (selecção de informação em "portões" controlados por "porteiros", havendo informação que passa e outra que fica retida) que se estuda o papel do jornalista, enquanto pessoa individual, na conformação da notícia. De facto, no seu estudo pioneiro, o autor concluía que a selecção das notícias era um processo altamente subjectivo, fortemente influenciado pelas experiências, valores e expectativas do *gatekeeper* mais do que por constrangimentos organizacionais. Ao chegar a essa conclusão deu um forte impulso à superação científica das "teorias do espelho", que viam a notícia como um espelho dos acontecimentos.

Os estudos sobre "o que vai na mente" dos jornalistas, nomeadamente no campo do papel das cognições, chegaram também a conclusões que se podem integrar no campo da acção pessoal. Por exemplo, 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. Por outro lado, tenderão também a procurar e seleccionar informações que confirmem as suas convicções. (Stocking e Gross, 1989: 4)

Outras pesquisas no campo da psicologia cognitiva mostraram 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); é também que, quando fazem inferências, as pessoas, como os jornalistas, baseiam-se mais em episódios anedóticos do que em dados sistemáticos, como os dados estatísticos. (Stocking e Gross, 1989: 4) Além disso, as dissonâncias cognitivamente induzidas, em parte devidas à rotinização cognitiva, constroem as percepções que uma pessoa tem da realidade, podendo, por conseguinte, favorecer a ocorrência de erros de julgamento na avaliação do que é noticioso (*news judgement*). (Stocking e Gross, 1989: 4) Assim, um jornalista, constroído pelas formas rotinizadas de avaliar as situações e a sua própria actividade, poderá tender a fabricar informação padronizada e a seleccionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos sem procurar outras vias de actuação.

A auto-imagem que os jornalistas têm do seu papel pessoal poderá, igualmente, ser um factor de influência na selecção de informação e, portanto, um elemento importante para a configuração da notícia. Por exemplo, Johnstone, Slawski e Bowman (1972) mostraram que alguns jornalistas se consideravam "neutros", perspectivando as suas profissões como meros canais de transmissão, e que outros se viam como "participantes", acreditando que os jornalistas necessitariam de explorar, esquadrihar e "sacar" a informação em ordem a descobrir e desenvolver as histórias. Os jornalistas "neutros" olhavam para as suas obrigações profissionais como resumindo-se a recolher, processar e difundir rapidamente informação para uma audiência o mais vasta possível, evitando histórias cujo conteúdo não estivesse suficientemente verificado; os "participantes" viam-se como "cães de guarda", paladinos da investigação jornalística, em ordem a controlar os poderes, pelo que investigavam as informações governamentais, providenciavam análises para problemas complexos, discutiam as políticas e desenvolviam interesses intelectuais e culturais. Parece, assim, ser mais ou menos claro que a forma como os jornalistas definem a sua profissão pode afectar o conteúdo que produzem: os jornalistas que se vêem como "neutros", em princípio, fabricarão histórias diferenciadas dos "participantes". No mesmo sentido, a concepção ética do papel do jornalista na sociedade que cada jornalista possui também pode influenciar a construção de conteúdos para os *news media* (Sousa, 1997). Em resumo, julgo que os dados referidos permitem concluir que as notícias possuem sempre a marca da acção pessoal daqueles que as produzem, embora temperada por outras forças conformadoras.

### ACÇÃO SOCIAL

Podemos, intuitivamente, dizer que, independentemente da vontade dos jornalistas, apenas uma pequena parcela de todo o tipo de factos se converte em notícia, até porque grande parte deles ou não são promovidos à categoria de notícia ou representam situações perspectivadas como "normais"

numa sociedade. Os estudos sobre *newsmaking* lançam alguma luz sobre esse fenómeno, enfatizando vários mecanismos que transcendem a acção pessoal do jornalista, entre os quais a acção social, que podemos situar em diferentes níveis: uma acção sócio-organizacional (que se refere aos constrangimentos decorrentes das organizações noticiosas) e uma acção social extra-organizacional (referente a todos os constrangimentos sociais que influenciam o jornalismo a partir do exterior). A acção das rotinas e do factor tempo, de certa forma, podem inserir-se na acção social, embora as rotinas se situem numa zona de fronteira.

Os valores compartilhados pelos jornalistas podem ser considerados como um mecanismo de acção social que se sobrepõe à acção pessoal, embora ambas sejam temperadas por uma acção cultural. Por exemplo, Gans (1980) defendeu que os valores partilhados pelos jornalistas eram um dos factores conformativos das notícias, uma vez que viriam ao de cima na hora de selecção dos acontecimentos e das notícias durante as reuniões de coordenação editorial. Todavia, Michael Schudson (1988) refere, nomeadamente, que as origens sociais comuns dos jornalistas podem não determinar os seus valores: a socialização faria o jornalista abrir-se às opiniões e valores que encontraria na redacção. Neste campo, Schudson vai ao encontro de Breed (1955), que sugeriu que alguns jornalistas eram influenciados por forças socializadoras na redacção através de mecanismos de recompensa-punição.

Referenciando, agora, a acção social intra-organizacional, podemos partir do princípio de que, geralmente, os jornalistas trabalham em organizações noticiosas, uma espécie de sistemas mais ou menos abertos e interactuantes com o meio que a partir de *inputs* informativos fabricam notícias, ajudando a conferir sentidos para o mundo. A análise organizacional permitir-nos-ia, assim, explicar algumas das variações no conteúdo dos media que não podem ser atribuídas às rotinas, às convenções ou aos jornalistas individualmente considerados. Por exemplo, um editor pode pretender a criação de novas delegações para mais adequadamente cobrir a comunidade em que se insere, mas a administração da empresa poderá não aceitar. As razões financeiras funcionam, assim, como constrangimentos organizacionais ao conteúdo dos *news media*, afectando as decisões editoriais.

A rede que as organizações noticiosas estendem para capturar o acontecimento (Tuchman, 1978) funciona, na prática, como um outro dispositivo de constrangimento organizacional, pois os locais onde a empresa jornalística não coloca "pescadores" de notícias serão, inevitavelmente, objecto de menor cobertura. Leon Sigal (1973), por seu turno, descobriu que a competição entre editores mantinha constante a proporção de notícias de diferentes secções na primeira página, representando, igualmente, um constrangimento organizacional.

As organizações noticiosas exercerão, de facto, algum poder sobre os jornalistas, logo até devido aos mecanismos da contratação, do despedimento e

da progressão na carreira. Como à organização interessa, à partida, ter pessoas adaptadas à sua dinâmica interna, percebe-se que o jornalista será sempre constrangido pela política editorial e pela forma de fazer as coisas no órgão de comunicação social para o qual trabalha (Carey, 1986; Shoemaker e Reese, 1996; Sousa, 1997, etc.)

142

Saliente-se ainda que as organizações noticiosas que não possuem uma estrutura burocratizada poderão, à partida, apresentar produtos mais variados do que aquelas que a possuem. A dimensão de uma organização também poderá influenciar o processo de fabrico jornalístico das notícias, tal como o podem os recursos organizacionais. As grandes organizações tendem a ser mais regulamentadas e menos flexíveis, pelo que o seu produto é mais uniforme. E se uma organização não tiver recursos (técnicos, humanos, financeiros...) para enviar um jornalista a cobrir certos acontecimentos, então a produção noticiosa tenderá igualmente para uma menor diversidade. (Shoemaker e Reese, 1996; Sousa, 1997)

A adopção de novas tecnologias por uma organização também pode ter os seus efeitos ao nível do conteúdo das notícias. Por exemplo, a adopção de tecnologias digitais de tratamento de imagem permite a manipulação das imagens fotográficas a um nível impensável nos laboratórios tradicionais. Um jornal também poderá, através de redes como a Internet ou televisões como a CNN, dilatar as suas fontes de dados e imagens.

Por outro lado, o processo de *newsmaking* é, em princípio, afectado pelo sistema social em que uma organização noticiosa se insere. É com base nesse pressuposto que falo de uma acção social extra-organizacional de conformação das notícias.

As fontes, uma vez que são, de alguma forma, e quase sempre, *gatekeepers* externos aos órgãos de comunicação social, são também, talvez, o factor social externo aos *media* em que se pode atentar de imediato. Elas seleccionam as informações que passam às organizações noticiosas e aos jornalistas, quando estes não têm experiência directa do que ocorre. Consequentemente, podem mobilizar ou não a atenção do jornalista, co-determinando se um assunto será ou não agendado e, por consequência, se uma mensagem passará ou não o "portão". Além disso as relações (de interesse) entre os jornalistas e as fontes são problemáticas. Por um lado, podem, por exemplo, desembocar em relações de amizade ou conflito que impeçam uma relação de base estritamente profissional. Mas não só. As fontes podem reter, travar ou acelerar a difusão de informação e moldá-la aos seus interesses. O jornalista, ao seleccionar as fontes que vai usar, já está a influenciar o conteúdo das notícias. Indo mais longe na análise, as fontes são, frequentemente, entidades

interessadas na cobertura mediática, pelo que põem em campo tácticas adequadas a garantir não só essa cobertura mas também que essa cobertura se faça num ângulo favorável, que sejam desprezadas informações negativas para essas mesmas fontes e que acontecimentos desfavoráveis possam ser cobertos favoravelmente (actividade em que os *spin doctors* são especialistas). As próprias fontes por vezes concorrem entre si para obter a atenção dos *news media*. (Santos, 1997)

Ainda ao nível da acção social extra-organizacional, é preciso notar que as organizações burocratizadas em que os *news media* se tornaram denotam uma grande dependência dos canais de rotina. Essa dependência é, provavelmente, mais elevada do que a dependência das actividades empreendedoras dos jornalistas e dos canais informais (Sousa, 1997).

Quanto ao factor tempo, começo por salientar que Durkheim (citado por Schlesinger, 1977) defendeu que o tempo é mais um produto objectivado na vida social do homem do que uma categoria *a priori*. O factor tempo é algo que também conforma a notícia e que transcende a acção pessoal do jornalista, encontrando expressão nos constrangimentos sócio-organizacionais e socio-económicos que condicionam o sistema jornalístico e na própria cultura profissional. (Schlesinger, 1977) O factor tempo afecta o *news judgement*, logo até por estabelecer um conceito de actualidade. E, afectando o julgamento noticioso, afectará igualmente o processo global de *newsmaking*, nomeadamente ao nível da selecção (*gatekeeping*). As informações mais actuais teriam, assim, mais hipóteses de passar pelos portões. (Schlesinger, 1977; Sousa, 1997) Na mesma óptica, as horas de fecho forçam o jornalista a parar a recolha de informação e a apresentar a história, classificando, hierarquizando, seleccionando e integrando apenas as informações recolhidas até esses limites horários. Tuchman (1977) nota até que a situação relatada tende a causar buracos temporais na rede de captura de acontecimentos, pois os acontecimentos fora das horas normais de trabalho apresentam menores hipóteses de serem cobertos. Além disso, a pressão do tempo, agudizada pela competitividade, levaria ainda os jornalistas a relatar frequentemente as histórias em situações de incerteza, quer porque nem sempre reúnem os dados desejados quer porque necessitam de seleccionar rapidamente acontecimentos e informações. O factor tempo impediria também a profundidade, razão pela qual as notícias se concentrariam no primeiro plano (*foreground*) em detrimento do plano contextual de fundo (*background*). (Schlesinger, 1977)

No que respeita às rotinas, podemos considerá-las como processos convencionais e algo mecânicos de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afectem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a factores sócio-organizacionais. No jornalismo, as rotinas podem ser consideradas como respostas práticas às necessidades das organizações

noticiosas e dos jornalistas. (Shoemaker e Reese, 1996: 108) Ao mesmo tempo, as rotinas defendem os jornalistas e as organizações noticiosas das críticas e dos riscos elevados (o uso de aspas, ou a contrastação de fontes, tal como Tuchman (1972) chamou a atenção, seriam exemplos dessas “rotinas defensivas”). Mas, o facto de serem usadas como mecanismos de defesa não torna as rotinas jornalísticas em instrumentos menos problemáticos. Pelo contrário, enquanto sistemas de processamento de informação, estão sujeitas a distorções (bias), até porque não haveria sistemas de processamento de informação totalmente adequados, mesmo nas ciências sociais. (Tuchman, 1977) Ao invés, quer os cientistas sociais quer os jornalistas parecem recorrer rotineiramente ao que Kuhn (1962) designou por paradigmas, ou seja, a formas de representação da realidade baseadas em suposições largamente compartilhadas sobre como processar e interpretar a informação. Estes paradigmas apenas nos dão informação sobre coisas que consideramos úteis em formas que consideramos aceitáveis e são baseados em crenças correntes e expectativas compartilhadas, pelo que as pessoas tendem a considerá-los como dados adquiridos. (Shoemaker e Reese, 1996: 17)

As rotinas podem ser consideradas como meios para a prossecução de um fim que se institucionalizaram, adquirindo uma espécie de vida e legitimidade próprias. Tuchman (1977) assinalou até que os jornalistas que fizeram das rotinas os seus modos de processamento de notícias são valorizados pelo seu profissionalismo, embora, na minha opinião, talvez na actualidade esse fenómeno esteja mais atenuado, pois o jornalismo, usando um casamento de conveniência com o entretenimento, por um lado, e com a análise profunda, contextual e rigorosa (Barnhurst e Mutz, 1997), por outro, cada vez necessita mais da diferença e da criatividade. Porém, Daniel Hallin (1992) frisou que, ao longo do tempo, os jornalistas foram aceitando as estruturas burocratizadas da sala de redacção e as correspondentes rotinas profissionais, que tornam o jornalismo uma burocracia necessitada de outras burocracias para o fornecimento de matéria-prima informativa (Shoemaker e Reese, 1996; Sousa, 1997; Traquina, 1988; 1993).

As rotinas, até porque muitas vezes diferem de organização para organização, são frequentemente corrigidas, mas, na minha opinião, são também o elemento mais visível que permite mostrar que a maior parte do trabalho jornalístico não decorre de uma pretensa capacidade intuitiva para a notícia nem de um hipotético “faro” jornalístico, mas de procedimentos rotineiros, convencionais e mais ou menos estandardizados de fabrico da informação de actualidade.

As características empresariais dos órgãos de comunicação também tiveram —na minha opinião— o seu papel no surgimento das rotinas

profissionais, já que implicam uma gestão criteriosa dos recursos humanos e materiais, de forma a potenciar os lucros, diminuir os custos de exploração e racionalizar os processos de trabalho. A divisão do trabalho surge, assim, como uma forma de assegurar que o fabrico do produto se realize, bastando, para tal, assegurar o fornecimento regular de informação nova. Em conclusão, podemos dizer que as rotinas, enquanto factor social, constroem o jornalismo e os jornalistas e que nas organizações noticiosas em que as rotinas são mais importantes, o produto será, à partida, menos diversificado (Sousa, 1997).

A natureza e a dimensão do mercado em que uma organização noticiosa opera também são agentes provavelmente configuradores das histórias jornalísticas, em interligação com a busca do lucro ou do equilíbrio financeiro.

Em síntese, podemos concluir que existe uma vasta gama de factores sociais externos às organizações noticiosas que são susceptíveis de influenciar o conteúdo das notícias.

### ACÇÃO IDEOLÓGICA

O conceito de ideologia não é universal. Embora julgue que podemos falar de ideologia, de uma forma geral, como um mecanismo simbólico que, integrando um sistema de ideias, cimenta a coesão e integração de um grupo social em função de interesses, conscientes ou não conscientes (a cultura também cimenta coesões, mas não em função de interesses), há autores que têm perspectivas diferentes ou mais minuciosas. De qualquer modo, quero desde já deixar claro que vou procurar falar essencialmente das forças ideológicas que se exercem sobre os meios jornalísticos e que funcionam como elementos configuradores das notícias, mas que rejeito a ideia de que os meios jornalísticos funcionem como um monólito ideológico.

Gouldner (1976: 230-231) sustentou que a ideologia, enquanto mecanismo simbólico, integrava os interesses dos diversos estratos sociais e permitia ao estrato dominante gerar respostas sociais compatíveis com os seus interesses. Vejamos um exemplo. Os meios de comunicação social representam as actividades dos partidos políticos, frequentemente tensas e conflituais. Mas, ao fazê-lo, não só dão cobertura às diferentes ideologias que integram as pessoas nesses partidos políticos como também promovem as ideologias dominantes que enformam o sistema de democracia de partidos, sistema esse que, algo anquilosado, talvez não esteja já a dar resposta às demandas multifacetadas da dinâmica sociedade civil. Por consequência, os meios de comunicação dão cobertura aos interesses dos poderes de "classe" dominantes —transpartidários— que se escondem por trás da aparência de normalidade do *statu quo* e contribuem para a manutenção de um estado de coisas que me parece não satisfazer a generalidade dos cidadãos. Ao mesmo tempo, os *media* contribuem para que eventuais mudanças sociais

sejam travadas e controladas pelos interesses dos detentores do poder político, poder este que tende a ser tanto maior quanto mais elevada for a posição dos seus detentores nas cúpulas partidárias. As rotinas dos jornalistas e das fontes, as convenções profissionais, os valores e a estrutura organizacional combinam-se, assim, para manter um sistema de controle e reprodução das ideologias dominantes (Shoemaker e Reese, 1996: 224), levando os *media* a gerar construções simbólicas que fazem perceber a ordem existente como natural e imutável (Hall, 1982). Aliás, ao oferecerem representações ideológicas sobre o sistema de democracia de partidos, os *news media*, através dos seus conteúdos, constroem mapas que nos permitem entender as relações de poder nas sociedades, mas que também amplificam e provavelmente solidificam essas relações de poder. Algumas ideologias estarão, assim, relacionadas com os interesses e os poderes, pelo que mesmo o poder de criação simbólica não pode ser considerado uma força neutral — não só grande parte das notícias são sobre os poderes como também as interpretações dessas notícias são feitas em função dos interesses dos poderes. Não é inocentemente que, por exemplo, conforme relevam Shoemaker e Reese (1996: 224), as posições sindicais são usualmente apresentadas como exigências e as posições patronais como ofertas. De facto, uma das funções chave que os *news media* desempenham é a manutenção das fronteiras do legítimo e do aceitável numa sociedade. (Shoemaker e Reese, 1996: 225) Os meios jornalísticos são, conseqüentemente, uma peça fundamental para a conceitualização do desvio. Porém, o desvio é algo que constantemente é redefinido e renegociado no seio da sociedade, devido às interacções simbólicas entre os seus membros (Shoemaker e Reese, 1996: 225). E esta é uma acção de cariz ideológico.

Gitlin (1980: 253) sustenta que os meios jornalísticos serviriam uma função hegemónica por continuamente produzirem uma ideologia que, integrando valores e normas do senso-comum, serviria para reproduzir e legitimar a estrutura e ordem sociais. Ao aceitarem as interpretações “oficiais” dos acontecimentos, ao centrarem-se nas fontes de poder que se concentram nos círculos das elites dominantes e ao marginalizarem ou secundarizarem, deslegitimando, as vozes alternativas ou as dos cidadãos sem grande poder, os *media* serviriam uma hegemonia que não necessitaria de recorrer à coerção. As notícias teriam as marcas dessa hegemonia. (Shoemaker e Reese, 1996: 237)

As rotinas também podem, assim, ser vistas como correspondendo às exigências da hegemonia e não apenas a necessidades organizacionais e profissionais. O contraste de fontes, por exemplo, seria feito unicamente num quadro de controvérsia “legítima”. (Shoemaker e Reese, 1996: 237) A isto acresce que os *news media* podem tender a ser menos imparciais e

objectivos quanto mais radical é a dissidência ou o desvio, chegando ao ponto da ridicularização. (Miliband, 1969) De facto, nenhum meio de comunicação social de grande expansão dará, por exemplo, um significativo espaço aos grupos extremistas, que passam frequentemente por perigosos ou ridículos (construção de sentido), e às ideologias que eles apregoam.

O ideal da objectividade pode também ser um instrumento da hegemonia. Se bem que, segundo me parece, se possa colocar por hipótese que a evolução sócio-cultural e profissional, tal como a crescente formação, tenham levado os jornalistas a substituir o ideal da objectividade pelos da honestidade, rigor, precisão, contrastação e equilíbrio, continua a notar-se que as formas de trabalhar, processar a informação e apresentá-la ainda mantêm entranhado esse ideal: bastará reparar nos procedimentos de "objectivização", como a contrastação de fontes sem intervenção do jornalista, o uso e abuso do jornalismo de citações, etc. Ora, os jornalistas, seguindo rotineiramente os procedimentos rituais de "objectividade", deixarão, de algum modo, os actores sociais representados nas notícias ditar a forma das mesmas, pois serão as afirmações desses actores a fabricar a história (a representação) do que aconteceu. Os jornalistas seriam, assim, considerados "objectivos". Inversamente, quando procuram analisar afirmações e outros dados e chegar a conclusões, fugindo a abordagens típicas do "jornalismo de citações", os jornalistas são, muitas vezes, perspectivados como distorcedores da informação, mormente pelo poder político, que se pretenderá autoperpetuar, relegitimando-se continuamente.

Considero também a existência de determinadas forças de cariz ideológico no campo profissional do jornalismo susceptível de contribuir para dar uma determinada forma, e não outra, às notícias. Entre essas forças ideológicas encontraríamos sobretudo a ideologia da objectividade e a ideologia do profissionalismo (Sousa, 1997). Gaye Tuchman (1972), por exemplo, provou que a objectividade ainda estaria viva, na forma de um "ritual estratégico" destinado a defender os jornalistas e o produto organizacional de críticas e, numa certa medida, pelo menos na minha visão, a desculpabilizá-los pelas informações erradas, incorrectas, ensaísticas (da opinião dos públicos) ou manipuladoras que por vezes dão. De entre esses "rituais" que contribuiriam para que os jornalistas se defendessem de possíveis críticas encontramos, a título exemplificativo, as citações entre aspas ou a contrastação de fontes, dois procedimentos enraizados no seio da profissão. Schudson (1996) sugere que os procedimentos de objectividade seriam unicamente de cariz cultural. Porém, para mim a objectividade encontra explicação se não predominantemente pelo menos em parte no conceito de ideologia (Sousa, 1997), entendendo ideologia por conjunto de valores, crenças, etc. que dão coesão a um grupo em função de interesses. E esta é a palavra chave. Na minha visão, o "poder" jornalístico (e, por consequência,

os jornalistas) carece de legitimação democrática, uma vez que se trata de um poder não sujeito ao sufrágio popular. Daí nasce o interesse que os jornalistas têm na obtenção de outro tipo de legitimação, que passaria pelo seu papel de fornecedores de informações não deturpadas de interesse público. Desta necessidade de se legitimarem aos olhos do público através do fornecimento de informação de interesse público "fiel" à realidade decorreria a adopção interessada, ainda que nem sempre conscientemente formulada, dos procedimentos de objectividade.

Entre outros posicionamentos ideológicos do mesmo teor encontramos, na minha perspectiva, a ideologia do profissionalismo. De facto, os jornalistas têm interesse em serem aceites e reconhecidos como (bons) profissionais, quer aos olhos dos colegas (através de mecanismos como a progressão na carreira e o salário) quer aos olhos do público (posicionando-se como os únicos *profissionais* capazes de fornecer informação "jornalística" de interesse público). Assim sendo, seriam, por exemplo, capazes de sacrificar a necessidade que possam ter de agir sobre as dinâmicas sociais aos "ditames" profissionais, tal como obedeceriam à política editorial da empresa em que estão mesmo que com ela não concordem.

Pessoalmente, assumo que, nos estados de direito democráticos os meios jornalísticos podem ser arenas públicas e meios de debate que, em alguns casos, permitem alguma interactividade ao receptor (por exemplo, através das cartas ao director em determinados jornais). E também assumo que os meios jornalísticos funcionam, pelo menos em certas circunstâncias, como agentes de vigilância e controle dos poderes, embora dentro de limites mais ou menos amplos, consoante os poderes, os órgãos de comunicação e os jornalistas (e os autores que se debruçam sobre o problema). Assim sendo, parece-me inegável que, especialmente em sistemas de democracia de partidos assentes em estados de direito ou noutros sistemas democráticos, os meios jornalísticos são um instrumento vital de troca de informações e de estimulação da cidadania, em que o jornalista-mediador assume ou deve assumir um papel essencial. Pelo menos, será este o enquadramento "ideal" da imprensa. Todavia, não será menos certo, a acreditar em vários estudos, designadamente entre os que orbitam em torno dos estudos culturais (Hoggart, Williams, Hall, etc.), da teoria crítica (Adorno, etc.) e da teoria da hegemonia (Gramsci, etc.), que os meios jornalísticos são também usados em função de interesses particulares, como os interesses de determinados poderes, podendo, igualmente, contribuir para a amplificação dos poderes e para a sustentação do *statu quo*, ao representarem as relações sociais dominantes de poder, naturalizando-as e tornando difícil imaginar outras relações de poder no seio da sociedade.

## ACÇÃO CULTURAL

Os processos de *newsmaking* ocorrem num sistema sócio-cultural. Intuitivamente, podemos mesmo afirmar que o processo de fabrico e construção das notícias sofre uma acção enformadora por parte do sistema sócio-cultural em que se insere. As notícias transportam consigo os "enquadramentos" (*frames*) em que foram produzidas. Por vezes, não havendo outros enquadramentos disponíveis, os jornalistas usariam enquadramentos já usados para interpretar os novos acontecimentos (Traquina, 1988), o que poderá, quanto a nós, gerar erros de julgamento. Foi devido à utilização de um *frame* anterior ("totonegocio") que o "cinenegocio" se chamou assim.

Karl Manoff (1986) fez notar que a escolha de um *frame* não é inteiramente livre, pois depende do "catálogo de *frames* disponíveis" num determinado momento sócio-histórico-cultural, isto é, depende do aspecto que para o selector de um enquadramento, como um jornalista, o real assume nesse momento. Gaye Tuchman (1976) foi das autoras que mais relevou o conceito de *frame*. A socióloga usa o conceito como sinónimo de ideia organizadora usada na atribuição de sentido aos acontecimentos. Também para ela, há acontecimentos que nunca podem ser notícia porque o catálogo de *frames* não contém um que seja aplicável.

Elisabeth Bird e Robert Dardenne (1988) falam das histórias que as notícias seriam como sendo construídas no seio de uma gramática da cultura. Seriam, assim, representativas dessa cultura e ajudariam a compreender os seus valores e símbolos com significantes. Inclusivamente, enquanto narrativas míticas, as notícias possuiriam códigos simbólicos reconhecidos pela audiência. Por exemplo, as notícias, segundo os autores, recriariam um sentimento de segurança ao promoverem uma certa ordem e ao estabelecerem fronteiras para o comportamento aceitável. Shoemaker e Reese (1996: 114) dizem, por seu turno, que as histórias jornalísticas, para serem atraentes, tendem a integrar os mitos, parábolas, lendas e histórias orais mais proeminentes numa determinada cultura.

Por seu turno, Hall (1984) assinalou que no processo jornalístico de fabrico de informação é mobilizado um inventário do discurso. Neste processo, os jornalistas não se limitariam a usar definições culturalmente determinadas, pois teriam de integrar novas situações em velhas definições. Poderíamos mesmo dizer, creio, que teriam de encaixar as novas situações no catálogo de *frames* disponíveis. Do mesmo modo, para Phillips (1976), um acontecimento deve corresponder ao esperado (valor da consonância). Por isso, as notícias seriam repetitivas, o que acentuaria a sensação de que existe novidade sem mudança. Segundo E. Barbara Phillips, os jornalistas teriam ainda uma linguagem própria, que Nelson Traquina (1993) traduz como jornalês.

É possível usar o conteúdo das notícias como ponto de partida para a compreensão da produção cultural pelo sistema jornalístico. Três exemplos. Nimmo e Combs (1983) estudaram como os *news media* representavam a realidade, a partir da lógica da representação dramática —actores, actos, cena, motivos, cenários e agente sancionador (a fonte principal que justifica os acontecimentos, as acções e a conclusão dos dramas). Robert Smith (1979), por seu lado, estudou várias estações de televisão, tendo concluído que usavam nas notícias um número considerável de narrativas consistentes e previsíveis, entre as quais 83% poderiam ser classificadas em três categorias: 1) “homem decide”; 2) “sofrimento”; e 3) “vilão apanhado”. Michael Schudson (1988), por sua vez, diz que as notícias podem ser vistas na perspectiva dos géneros literários, assemelhando-se a romances, tragédias, comédias e sátiras. As páginas sociais de um jornal seriam como um romance, que poderia, contudo, ser mesclado de comédia. A reportagem de um incêndio já seria uma tragédia. Algumas notícias de polícia seriam quase uma forma abreviadíssima de romance policial. Para este autor, as notícias seriam semelhantes porque as pessoas contam histórias de forma semelhante.

Os *cultural studies* também enfatizam o carácter sócio-cultural de produção da informação jornalística, uma vez que o seu objecto é, de algum modo, a análise dos processos de atribuição de sentido à realidade enquanto processos de natureza social e cultural, embora entrem também em consideração com a acção ideológica. Neste paradigma, o estudo das mediações jornalísticas e da forma como estas ajudam a construir determinados sentidos para a realidade são aspectos centrais.

Os teóricos dos *cultural studies* consideram que é no campo cultural que se encontram os significados e valores que surgem e se difundem entre os grupos sociais. Nas práticas sociais estariam contidos e expressar-se-iam esses mesmos significados e valores. Na perspectiva dos *cultural studies*, os *news media* seriam um dos factores que contribuiriam para a manutenção da estabilidade sócio-cultural, pois, de alguma forma, “reproduziriam” a estabilidade sócio-cultural de cada momento evolutivo, o que lhes confere um poder ideológico associável à manutenção do *statu quo*. Acentuando as interligações entre o sistema cultural e as atitudes das pessoas, os *cultural studies* relevam ainda a importância da dimensão cultural e ideológica no sistema social, em geral, e no sistema mediático, em particular. Essa perspectiva é valorizada pela associação da dinâmica económica, explorada pela teoria crítica, aos estudos efectuados. (Soloski, 1989, 1993)

Na maior parte dos casos, os *cultural studies* vêem os produtos mediáticos como produtos tendencialmente estandardizados e redutores que, reproduzindo,

de alguma maneira, o sistema sócio-cultural, favorecem a manutenção do *statu quo*. Por exemplo, para Stuart Hall (1977), os meios de Comunicação Social (1) reproduziriam os discursos dominantes através dos quais se dá significado à realidade, (2) perpetuariam as ideias dominantes através da linguagem e sistemas simbólicos e (3) estruturariam os acontecimentos seleccionados mediante esquemas ideológicos. (Hall, 1977) O campo ideológico é, devido a essa hipotética acção dos *news media*, um dos factores mais estudados na área dos *cultural studies*. De qualquer modo, os estudos culturais não deixam de abordar as "excepções". O campo mediático, inserido no sistema sócio-cultural, é visto como sendo complexo, diversificado e variável, havendo espaço para *media* alternativos.

Ao invés das teorias conspirativas, nas quais se perspectivam os *media* como sendo objecto de controlo social por parte dos poderosos, os estudos culturais enfatizam o papel das criações culturais colectivas —complexas, flexíveis, dinâmicas e adaptáveis— como agentes de continuidade ou mudança social. As condições históricas e as estruturas sociais seriam, conseqüentemente, elementos essenciais para a compreensão das práticas mediáticas e dos produtos que estas geram. Por outro lado, o sistema cultural e as estruturas sociais, como as estruturas capitalistas de produção, influenciariam quer o conteúdo dos meios de comunicação quer, nomeadamente através destes, o comportamento do público.

#### **A ACÇÃO DO MEIO FÍSICO E TECNOLÓGICO SOBRE AS NOTÍCIAS**

É quase intuitivo dizer que um jornalista poderá produzir mais e melhor num local apropriado ao seu trabalho do que num escritório inadequado e desconfortável. Por outro lado, os meios informáticos permitem-lhe rever e alterar facilmente os textos, coisa que não acontecia com as antigas e pesadas máquinas de escrever, pelo que é de colocar por hipótese que com o advento dos meios informáticos nas redacções a qualidade dos textos possa ter melhorado. Aliás, com a redacção ligada em rede as chefias podem rapidamente rever, corrigir e rescrever textos.

O cruzamento de texto e infografia contribuiu para o incremento e para a reformulação das formas de noticiar. Podemos observá-lo, por exemplo, apreciando as *snapshots* do *USA Today*.

As redes informáticas, sejam elas internas às organizações noticiosas (*intranets*) sejam elas externas, como a Internet, e os bandos de dados colocam agora nas mãos dos jornalistas a possibilidade de aceder rapidamente a informação complementar para as suas peças, o que pode contribuir para uma maior contextualização e aprofundamento dos temas abordados. Mas a Internet também tem diminuído a importância da figura do jornalista como gestor privilegiado dos fluxos de informação no meio social.

Por exemplo, quando o relatório sobre o caso Clinton-Lewinsky foi disponibilizado na Internet, milhões de pessoas acederam-lhe directamente. Os órgãos jornalísticos, para essas pessoas, não funcionaram como *gatekeepers*. Há, porém, a considerar que a sobrecarga informativa também pode não ser benéfica e aproveitável para o cidadão, pelo que os jornalistas, no futuro, poderão ter um importante papel a desempenhar como analistas e selectores de informação.

**152** Com a introdução dos computadores tornou-se também mais fácil e de difícil detecção manipular digitalmente imagens e até criá-las. (cf. Sousa, 1997)

Na falta de estudos mais elaborados, encontramos, pelo menos, alguns exemplos intuitivos de como o meio físico e o ambiente tecnológico podem enformar as notícias.

### ACÇÃO HISTÓRICA

Os diferentes tipos de forças (ou acções) que identifiquei e que enformam a notícia num determinado momento fizeram-se igualmente sentir ao longo da história. Por seu turno, a evolução histórica reflecte-se sobre esses mesmos factores na actualidade. Podemos, assim, dizer que as notícias que temos são fruto da história. Do meu ponto de vista, vários exemplos fundamentam a minha asserção. Por exemplo, os avanços nos processos de transmissão e difusão de informação trouxeram novas formas de noticiar. O critério de noticiabilidade da "actualidade" terá ganho uma dimensão mais relevante a partir do aparecimento do telégrafo. Por outro lado, e ainda a título exemplificativo, a urbanização e a organização do território permitiram a concentração de consumidores de informação em núcleos urbanos, facilitando a distribuição de jornais. Este factor, aliado à alfabetização, contribuiu para o aparecimento dos primeiros jornais generalistas (ver, por exemplo: Timoteo Álvarez, 1992).

Outros factores históricos marcaram o desenvolvimento do jornalismo. Por exemplo, ao longo dos anos tem-se assistido ao alargamento do conjunto de temas noticiáveis, devido, entre outras razões, à evolução dos *frames* culturais. (Timoteo Álvarez, 1992) A influência das vitaminas na saúde dificilmente seria um tema eleito para notícia há décadas atrás, mas agora é-o. Nos anos sessenta, a corrente que ficou conhecida por "Novo Jornalismo" terá, por seu turno, contribuído para colocar a perspectiva do jornalista, necessariamente subjectiva e impressiva, no centro da enunciação noticiosa. A evolução recente do jornalismo para a análise (v.g., Barnhurst e Mutz, 1997) terá beneficiado desse movimento, tal como terá

beneficiado de factores como a televisão, onde o jornalista-vedeta assume uma posição central.

Um registo curioso da evolução histórica do jornalismo pode delinear-se a partir da tese do primeiro doutor em Comunicação, Tobias Peucer. Peucer debruçou-se, em 1690, sobre a forma de relatar notícias, tendo identificado alguns fenómenos paleojornalísticos antigos. Por exemplo, antigos gregos, como Homero, ou antigos romanos, como Júlio César, já usavam nas suas narrativas formas de estruturação textual (*dispositio*) semelhantes à técnica da pirâmide invertida. O próprio Peucer, na sua tese doutoral, intitulada *De Relationibus Novellis*, propunha que no relato "noticioso" se respeitassem escrupulosamente as regras que mandavam indicar sujeito, objecto, causa, maneira, lugar e tempo. Estes *elementa narrationis* acabam por corresponder às seis questões a que tradicionalmente se dá resposta na notícia: "Quem?", "O Quê?", "Quando?", "Onde?", "Como?" e "Porquê?" (Casasús e Ladevéze, 1991). Vemos, assim, que certas técnicas jornalísticas têm raízes históricas profundas, apesar de, por vezes, haver inovações, como a entrevista de pergunta-resposta, que surgiu no século passado. Com frequência, contamos histórias de maneira semelhante à forma como os nossos antepassados as contavam. Mesmo formas alternativas de estruturar o texto noticioso, como o relato cronológico, a técnica da pirâmide normal ou a introdução de um início e de um final fortes no texto obedecem a fórmulas retóricas a que os nossos antepassados recorriam, respectivamente o *modus per tempora*, o *modus per incrementa* e o relato nestoriano (Casasús e Ladevéze, 1991).

Jesús Timoteo Álvarez (1992) chama a atenção para vários factores que contribuíram para o desenvolvimento do jornalismo. Segundo ele, a imprensa dominante nos alvares do século XIX terá sido uma imprensa opinativa ou ideológica (de ideias) devido à escassez de matéria-prima informativa, à alfabetização reduzida, à politização da audiência, aos fracos recursos económicos da generalidade da população e à proliferação de movimentos político-ideológicos a partir do século XVIII. Devido a isso, o artigo tornou-se a forma de discurso jornalístico dominante nessa imprensa. Para Timoteo Álvarez (1992), a notícia só veio a tornar-se no elemento central do discurso jornalístico com o advento, nos Estados Unidos, da imprensa popular, por volta dos anos 30 do século XIX, que multiplicou os centros de interesse da enunciação, afastando-a do centralismo político.

Timoteo Álvarez (1992) conta que foi com a Guerra da Secessão nos Estados Unidos, nos primeiros anos da década de 60 do século XIX, que se começaram a definir funções na imprensa, assistindo-se à emergência da divisão social do trabalho. Os jornalistas começaram a ver definido o seu território e a terem auto-consciência da sua identidade como corpo profissional. Assiste-se, ainda, à difusão de novas técnicas de informação,

destinadas a um público vasto, como a entrevista ou a reportagem. A necessidade de enviar informação por telégrafo, acto significativamente caro, terá contribuído, por seu lado, para o modelo da pirâmide invertida se implementar como paradigma narrativo na notícia (o conteúdo mais importante da notícia, que prefigura o *lead*, era a informação transmitida por telégrafo). Selecção e síntese da informação impuseram-se, também por força da fraca alfabetização, como factores cruciais da narrativa jornalística, que foram transmitidas de geração em geração de jornalistas, configurando-se como traços da cultura profissional (Sousa, 1997).

#### **UMA POSSÍVEL CONCLUSÃO: UM MIX EXPLICATIVO PARA A NOTICIABILIDADE**

Aquilo que torna uma mensagem ou um acontecimento noticiáveis, a noticiabilidade, é uma qualidade que, segundo me parece, encontra explicação na conjunção das acções pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico e tecnológico. Essas forças configuram uma série de critérios (Galtung e Ruge, 1965, etc.) que são empregues pelos intervenientes no processo produtivo de informação de actualidade para, conscientemente ou não, avaliarem o que tem valor como notícia.

Talvez devido a essa multiplicidade de forças conformativas, os critérios de noticiabilidade não são rígidos nem universais. Por outro lado, são, frequentemente, de natureza esquiva, opaca e, por vezes, contraditória, e funcionam conjunta e inter-relacionadamente em todo o processo de fabricação/construção das notícias, dependendo da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao caos. Além disso, os critérios de valor-notícia mudam ao longo do tempo (assuntos que há algum tempo não seriam notícia são-no hoje) e têm diversas naturezas, apesar de revelarem uma certa homogeneidade no seio da cultura profissional jornalística transnacional.

Registe-se, ainda, que a selecção consciente ou não consciente de notícias com base em critérios de noticiabilidade torna tendencialmente repetitivo o conteúdo dos meios de comunicação social, exigindo-se, à partida, uma força significativa para rever um sistema que enfatiza determinados critérios, e que, como todo o sistema, tem tendência a autoperpetuar-se. Além disso, é também evidente que, face à existência de determinados critérios, muitos assuntos não são tendencialmente noticiáveis, como, geralmente, os processos sociais de longa duração, uma vez que não se enquadram nos critérios e nas formas organizadas, racionalizadas, rotineiras e convencionais de fazer jornalismo na maioria dos órgãos de comunicação

social. Por consequência, nem toda a informação com interesse potencial chega ao conhecimento público através dos meios jornalísticos.

Há muitas listas de atributos que tornam uma mensagem noticiável (*newsworthy attributes*). Galtung e Ruge (1965) foram dos primeiros autores a chamarem a atenção para a existência de critérios de noticiabilidade dos acontecimentos que se sobrepujam à acção pessoal do *gatekeeper*, embora sem a eliminar, e que determinariam as possibilidades de uma mensagem passar pelos vários *gates* numa organização noticiosa. Entre esses apontados pelos autores contavam-se, por exemplo, o momento do acontecimento, a intensidade ou magnitude do mesmo, a inexistência de dúvidas sobre o seu significado, a proeminência social dos sujeitos envolvidos (repare-se até que um jornalista poderá diferenciar em tratamento o Presidente da República das pessoas comuns), a proeminência de nações envolvidas nas notícias, a surpresa, a composição (tematicamente equilibrada) do noticiário, a proximidade, os valores sócio-culturais, a continuidade, ou seja, ser o desenvolvimento de algo já noticiado, etc.

Os critérios de noticiabilidade geralmente incluem, sob a forma de uma lista, factores como a oportunidade, a proximidade, a importância, o impacto ou a consequência, o interesse, o conflito ou a controvérsia, a negatividade, a frequência, a dramatização, a crise, o desvio, o sensacionalismo, a proeminência das pessoas envolvidas, a novidade, a excentricidade e a singularidade (no sentido de pouco usual). (Shoemaker, 1991: 21-22). Mas existem outras perspectivas. Garbarino (1982), por exemplo, enfatiza o papel das constricções ligadas à organização do trabalho (por exemplo, a rede geográfica de correspondentes e delegações e a divisão temática nas redacções reflectem critérios de relevância e valoração geográfica e temática das notícias) e das convenções profissionais criadas nesse sistema enquanto elementos contributivos para a definição do que é notícia, isto é, enquanto elementos da noticiabilidade. Esses elementos ajudariam a legitimar o processo produtivo, desde a selecção das fontes à selecção dos acontecimentos e aos modos de fabrico, contribuindo para precaver os jornalistas e as organizações noticiosas das críticas do público.

Wolf (1987: 173-192) classifica os critérios de valor-notícia em critérios relativos ao conteúdo (importância e interesse das notícias), critérios relativos ao produto (que têm a ver com a disponibilidade das informações e com as características do produto informativo), critérios relativos ao *medium*, critérios relativos ao público e critérios relativos à concorrência.

Teun A. van Dijk (1990: 174) também nos oferece pistas para a sistematização dos valores-notícia. Para este autor, existem valores jornalísticos formulados em termos económicos (lucro, vendas, etc.),

embora ele considere que as limitações provenientes das condições económicas devem ser entendidas, antes de mais, como factores materiais, ainda que sejam importantes na formação ou conformação dos valores-notícia. Uma segunda categoria de valores jornalísticos estaria relacionada com as rotinas e a produção de notícias numa organização, no seio de uma atmosfera competitiva. Por exemplo, a aspiração que os jornalistas denotam de obter a notícia mais rápida e fidedignamente que os seus companheiros enquadra-se nesta categoria. (Van Dijk, 1990: 174-175) Porém, segundo o autor, a organização da produção jornalística privilegiaria acontecimentos produzidos/definidos por figuras públicas e sectores preponderantes da vida social e política, reproduzindo uma estrutura social favorável a essas elites (Van Dijk, 1990: 174). Além das imagens dominantes da sociedade na forma como são compartilhadas pelos jornalistas, Van Dijk (1990: 175-181) põe o acento tónico em limitações cognitivas mais específicas. Em conjunto, essas imagens e limitações definiriam os critérios de valor-notícia dos jornalistas.

Nelson Traquina (1988) fala da actualidade como um factor de noticiabilidade: o tempo pode ser usado como “cabide” para outras notícias. Por exemplo, a notícia de um aniversário de um partido pode servir de pretexto para a difusão de outros enunciados jornalísticos sobre esse partido.

Golding (1981: 74-75) sugeriu que os *news values* são baseados em três grupos de critérios: 1) a audiência; 2) a acessibilidade, no que diz respeito à “facilidade de captura” do acontecimento e à capacidade que a organização noticiosa possa ter de o abarcar na sua extensão; e 3) a adaptação, uma vez que o *news item*, além de necessitar de fazer sentido em termos do que já é conhecido acerca do assunto, teria de ser consonante com factores como a pragmática das rotinas produtivas, as capacidades técnicas e organizacionais e os constrangimentos organizacionais.

Na mesma linha, Altheide (1976: 112-113) insiste na perspectiva prática dos acontecimentos, isto é, mais ou menos, na factualidade destes, enquanto critério de valoração do que é susceptível de se tornar notícia. Não deixa, porém, de relevar que essa forma de abordar o mundo, limitada no tempo e nos recursos, tenderia a descontextualizar o acontecimento do seu contexto para o recontextualizar no seio do noticiário. Mauro Wolf (1987: 171), atentando no carácter tendencialmente descontextualizante da informação jornalística, sustenta até que a noticiabilidade constitui um elemento de distorção involuntária (*unwitting bias*) na cobertura informativa operada pelos meios jornalísticos. Mais: a distorção involuntária estaria tão intimamente ligada às rotinas produtivas e valores profissionais que se reproduziria em cadeia em todas as fases do trabalho. (Wolf, 1987: 174)

A notícia resultaria, portanto, de um processo organizado e constringido de fabrico que nela deixaria as suas marcas, até porque só seria notícia o que fosse perspectivado como tal no seio da cultura profissional dos jornalistas e da cultura própria do meio social envolvente e, excepto em casos excepcionais, só seria notícia o que pudesse ser processado pela organização noticiosa sem grandes sobressaltos ou complicações no ciclo produtivo. (Altheide, 1976: 112-113 e 179)

Em síntese, julgo poder dizer, retomando a proposição inicial, que a noticiabilidade, a selecção e a hierarquização informativa passam por critérios que, em jeito de conclusão, parecem partilhar (a) influências pessoais (como as idiossincrasias de um jornalista), (b) um pendor social, sobretudo organizacional (como a postura social da organização noticiosa e a inter-relação desta com os restantes *news media*), (c) um pendor ideológico (visível, por exemplo, no destaque noticioso dado às figuras-públicas do poder político e económico); (d) um pendor cultural (resultante das culturas profissional, de empresa e do meio); e (e) restrições físicas e tecnológicas. (Sousa, 1997).

Ca

## BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, T.** (1954) – Television and the patterns of mass culture. *Quarterly of Film, Radio and Television*, 8: 213-235.
- ALTHEIDE, D.** (1976) – *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. Beverly Hills: Sage.
- ÁLVAREZ, J. T.** (1992) – *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. 2ª edición. Barcelona: Ariel.
- BARNHURST, K. G. e MUTZ, D.** (1997) – American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47 (4): 27-53.
- BERGER, P. e LUCKMANN, T.** (1976) – *The Social Construction of Reality*. Harmondsworth: Penguin.
- BIRD, S. E. e DARDENNE, R. W.** (1988) – Myth, crónica and story: Exploring the narrative qualities of news. In J. W. Carey (1988) – *Media, Myths and Narratives: Television and the Press*. Newbury Park: Sage. Tradução portuguesa: Mito, registo e "estórias": Explorando as qualidades narrativas das notícias. In N. Traquina (1993) – *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- BREED, W.** (1955) – Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces*, 33: 325-335.
- CAREY, J. W.** (1986) – The Dark Continent of American journalism. In R. K. Manoff e M. Schudson (Eds.) – *Reading the News*. New York: Pantheon Books, 146-197.
- CASASÚS, J. M. e LADEVÉZE, L. N.** (1991) – *Estilo y Géneros Periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- GALTUNG, J. e RUGE, M. H.** (1965) – The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, 1.
- GANS, H. J.** (1980) – *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books.
- GARBARINO, A.** (1982) – La 'normalizzazione' dei giornalisti. Ipotesi sugli esiti della socializzazione professionale negli apparati dell'informazione. *Sociologia dell'Organizzazione*, 1: 7-53.
- GITLIN, T.** (1980) – *The Whole World is Watching*. Berkeley: University of California Press.
- GOLDING, P.** (1981) – The missing dimensions: News media and the management of social change. In E. Katz e T. Szecskö (Eds.) – *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage.
- GOULDNER, A.** (1976) – *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origin of Grammar, and Future of Ideology*. New York: Seabury Press.
- GRAMSCI, A.** (1971) – *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci* (Q. Hoare e G. N. Smith, Eds.). New York: International Publishers.
- HALL, S.** (1977) – Culture, the media and the ideological effect. In J. Curran; M. Gurevitch e J. Woollacot (Eds.) – *Mass Communication and Society*. Beverly Hills: Sage.
- HALL, S.** (1984) – The narrative construction of reality: An interview with Stuart Hall. *Southern Review*, 17 (1).
- HALL, S. et al.** (1973) – The social production of news: Mugging in the media. In S. Cohen e J. Young (Eds.) – *The Manufacture of News*. London: Sage.
- HALL, S. et al.** (1978) – *Policing the crisis – Mugging, the State, and Law, and Order*. New York: Holmes & Meier Publishers Inc.
- HALLIN, D.** (1992) – The 'high modernism' of American journalism. *Journal of Communication*, 42: 14-25.
- JOHNSTONE, J. W. C.; SLAWSKI, E. J. e BOWMAN, W. W.** (1972) – The professional values of American newsmen. *Public Opinion Quarterly*, 36: 522-540.
- KUHN, T. S.** (1962) – *La estructura de las revoluciones científicas*. México: FCE.
- MANOFF, R. K.** (1986) – Writing the news (by telling the 'story'). In R. K. Manoff e M. Schudson (Eds.) – *Reading the News*. New York: Pantheon Books.
- MILIBAND, R.** (1969) – The process of legitimation. In R. Miliband (Ed.) – *The State in Capitalist Society*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- NIMMO, D. e COMBS, J.** (1983) – *Mediated Political Realities*. Second edition. New York: Longman.

- PHILLIPS, E. B.** (1976) — What is news? Novelty without change?. *Journal of Communication*, (26) 4. Tradução portuguesa: (1993) — Novidade sem mudança. In N. Traquina (Org.) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- SANTOS, Rogério** (1997) — A Negociação entre Jornalistas e Fontes. Coimbra: Minerva.
- SCHLESINGER, P.** (1977) — Newsmen and their time machine. *British Journal of Sociology*, 28 (3). Tradução portuguesa: (1993) — Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In N. Traquina (Org.) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- SCHUDSON, M.** (1978) — *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- SCHUDSON, M.** (1986, Agosto) — What time means in a news story. *Gannett Center Occasional Papers*, 4.
- SCHUDSON, M.** (1988) — Por que é que as notícias são como são. *Jornalismo — Comunicação e Linguagens*, 8: 17-27.
- SCHUDSON, M.** (1996) — *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press.
- SHOEMAKER, P. J.** (1991) — *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage.
- SHOEMAKER, P. J. e REESE, S. D.** (1996) — *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. 2nd. edition. White Plains: Longman.
- SHOEMAKER, P. J. e MAYFIELD, E.** (1987) — "Building a theory of news content: A synthesis of current approaches". *Journalism Monographs*, nº 103.
- SIGAL, L. V.** (1973) — *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: D. C. Heath.
- SMITH, R.** (1979) — Mythic elements in television news. *Journal of Communication*, 29(1): 75-82.
- SOLOSKI, J.** (1989) — News reporting and professionalism: Some constraints on the reporting of news". *Media, Culture and Society*, 11(2). Também usada a tradução portuguesa: SOLOSKI, John (1993) — O jornalismo e o profissionalismo: Alguns constrangimentos ao trabalho jornalístico. In N. Traquina (Org.) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- SOUSA, J. P.** (1997) — *Fotojornalismo Performativo. O Serviço de Fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela (CD-ROM). (Edição portuguesa — Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1998)
- STOCKING, S. H. e GROSS, P. H.** (1989) — *How Do Journalists Think? A Proposal for the Study of Cognitive Bias in Newsmaking*. Bloomington: ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills.
- TRAQUINA, N.** (1988) — As notícias. *Jornalismo — Comunicação e Linguagens*, 8: 29-40.
- TRAQUINA, N.** (1993) — As Notícias. In N. Traquina (Org.) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- TRAQUINA, N.** (Org.) (1993) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, G.** (1969) — *News, The Newsmen's Reality*. Tese de doutoramento apresentada à Brandeis University.
- TUCHMAN, G.** (1972) — Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4): 660-679.
- TUCHMAN, G.** (1974) — Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1) 110-131.
- TUCHMAN, G.** (1976) — Telling stories. *Journal of Communication*, 26 (4). Tradução portuguesa: (1993) — Contando 'estórias'. In N. Traquina (Org.) — *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, G.** (1977) — "The exception proves the rule: The study of routine news practice". In P. Hirsch, P. Miller. e F. G. Kline (Eds.) — *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage.
- TUCHMAN, G.** (1978) — *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- TUCHMAN, G.** (1979) — Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 77: 110-131.
- TUCHMAN, G.** (1981) — Myth and the consciousness industry: A new look at the effects of the mass media. In E. Katz e T. Szecskö (Eds.) — *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage.
- VAN DIJK, T. A.** (1990) — *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

- WHITE, D. M.** (1950) — The gate-keeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(3): 383-396.
- WILLIAMS, R.** (1977) — *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.
- WOLF, M.** (1987) — *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.