

PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS EM DOIS MUNDOS: O NEWSMAKING NO TELEJORNALISMO PORTUGUÊS E BRASILEIRO

*Fabiana Piccinin **

Numa sociedade que se complexifica continuamente, o movimento, no sentido de buscar conhecê-la e informar-se acerca dela, tornou-se uma necessidade imperativa. Sem dúvida, uma das demandas que alcançou sua mais extrema importância na cotidianidade dos indivíduos, foi a busca de informação. Já é impensável gerir as ações, desde as mais prosaicas às mais complexas, sem acessar o passaporte para a inserção social, concedido através da informação, ainda que se traduza numa busca incessante e sempre supostamente insuficiente.

Essa exigência parece estar associada aos fenômenos contemporâneos e à pós-modernidade. A idéia de desterritorialização, do capital volátil e da interligação dos indivíduos pelo planeta, através das novas tecnologias concedeu aos meios de comunicação uma atuação decisiva, tanto como causa, quanto como consequência, especialmente porque oferecem a idéia de partilhamento das informações advindas do mundo. Por isso, em todos os âmbitos de desenvolvimento da sociedade pós-moderna, há o mesmo ponto comum: a rearticulação e os rearranjos econômicos, políticos e sociais promovidos a partir da onipresença das mídias na vida cotidiana.

E quando se diz que as mídias são tanto articuladoras do processo de interligação mundial, quanto expressões da globalização, é possível afirmar que a televisão traduza da melhor forma isso, uma vez que ela vem se tornando uma das maiores fontes de intervenção na vida dos indivíduos e, por conta disso, de suas experiências. Segundo Wolton (1998), a sensação de estar participando socialmente se dá na medida em que o espectador, ao assistir à Tv, agrega-se ao público potencialmente imenso e anônimo que a assiste, ao mesmo tempo em que estabelece com esse público uma espécie de laço invisível, especular e silencioso, unido apenas pelo consumo dos mesmos bens simbólicos.

Entre esses bens simbólicos, estão as notícias que são uma dimensão bastante importante

da razão de existir de qualquer órgão de informação – e entre eles a televisão – na medida em que trabalham exatamente no sentido de fornecer relatos dos acontecimentos, julgados significativos e interessantes (Adghirni: 1997). Ao partilhar desses acontecimentos a partir da televisão – em programas especializados em notícias, como o telejornal – tem-se uma forte expressão desse gregarismo potencializado pelos meios de comunicação:

sobre isto basta fazer referência ao papel desempenhado pela televisão, quando de catástrofes, guerras ou outros eventos sangrentos (...). O mesmo ocorre no que concerne às grandes comemorações nacionais e internacionais, os casamentos reais ou manifestações mundanas envolvendo “estrelas” da canção ou artistas de todo o tipo. (...) na encenação de massas, que se reúnem para as diversas manifestações esportivas, musicais, religiosas ou políticas. Em cada um desses casos, a televisão permite “vibrar” em comum. Chora-se, ri-se, sapateia-se em uníssono, e assim, sem que esteja realmente em presença dos outros cria-se uma espécie de comunhão, cujos efeitos sociais ainda precisam ser mensurados (Maffesolli, 1995:77).

No entanto, ainda que o propósito dos meios de comunicação seja claro – a coleta e tratamento de informações que possam virar notícias – este processo está longe de ser simples. A produção de notícias se insere dentro de um sistema de produção da qual faz parte qualquer mercadoria, desconsiderando seu caráter essencialmente subjetivo. Por essa razão, a produção do acontecimento, naturalmente, sofre as consequências de adequação a um esquema mecanicista de “linha de produção” que parece ser, conforme Castells (2002), a imposição necessária às exigências da inserção de qualquer empresa ou organização em

um cenário de capitalismo tardio ou pós-fordista, onde os recursos humanos e técnicos precisam ser continuamente otimizados e os lucros garantidos.

Em se tratando do telejornalismo, a rotina de produção é ainda mais clara. Segundo Salomão (2004), o jornalista, pela supremacia do esquema de trabalho sobre a laboração editorial, torna-se um cumpridor de tarefas:

as peculiaridades do telejornalismo – sua linha de produção excessivamente compartimentada – significam para o repórter, na verdade, obstáculos a serem enfrentados diariamente. Diferentemente do impresso e, principalmente, do rádio, o repórter de TV está submetido a uma cadeia de dependências que diretamente interferem no resultado de seu trabalho. Ele depende de imagens produzidas por outro profissional, uma edição que, também ao contrário dos outros veículos, geralmente percebe seu trabalho como um conjunto de fragmentos a ser estruturado – e ainda está, na essência, muito mais engessado dentro de uma lógica de obra fechada (o telejornal), que já está espelhada desde o início do dia, quando não já não vem assim do dia anterior (Salomão: 06/07/2004).

Dessa maneira, ao se pensar sobre a produção de notícias, sua origem e tratamento, é preciso considerar tanto os mecanismos ideológicos, quanto os operacionais que vão resultar no que se chama de *rotinas produtivas* praticadas dentro das redações. É exatamente sobre estas considerações que se dá esse trabalho, no sentido de problematizar o processo de produção das notícias na televisão em duas *linhas de produção*, até então consideradas diferentes: a escola de telejornalismo brasileira, que segue a cartilha americana, e a escola portuguesa, que segue os princípios jornalísticos de origem européia.

As duas escolas de telejornalismo, por assim dizer, produzem diferentes rotinas de produção que, por isso, podem mostrar, pela suposta diferença, exatamente como o cenário político, econômico e tecnológico, onde estão inseridos os meios de comunicação e a relação da sociedade, influenciam o seu *modus operandi*. Assim, a análise da captação e o tratamento das informações que são transformadas em notícia na editoria “Mundo” de ambos os telejornais, uma vez que são as notícias mundiais que nos vinculam a esta

“aldeia”, podem indicar quais são os critérios para seleção das inúmeras informações que chegam às redações todos os dias e o tratamento dado por cada telejornal a essas informações.

2 DUAS ESCOLAS DE TELEJORNALISMO CONTAM NOTÍCIAS DIFERENTES?

Uma vez que a história dos meios de comunicação e sua adequação tecnológica foram diferentes, também a orientação sobre a forma de fazer notícias e linguagem supõe-se diferente em Portugal e no Brasil.

Tomando a perspectiva histórica, vê-se o jornalismo brasileiro, seguidor da orientação americana, trabalhando com a defesa da objetividade e da imparcialidade como pressupostos reais e factíveis. Por outro lado, o jornalismo europeu sempre explicitou seu posicionamento, até porque, por muito tempo, a radiodifusão esteve presa ao controle do Estado nos países europeus, sofrendo sua forte influência, e por conta disso não se admite imparcial e objetivo por conhecer essa impossibilidade.

Dessa maneira, no Brasil, segundo Drummond (2003), o jornalismo absorveu muito do jornalismo norte-americano em relação aos

A busca por um modelo de telejornalismo brasileiro se traduz exatamente na produção desse jornalismo clean, asséptico que advoga os princípios da objetividade e imparcialidade, e que é herança da escola americana de jornalismo

enfoques das matérias. Em ambos, há uma supervalorização de personalidades e a publicação dos fatos sem uma análise profunda. É um tipo de jornalismo, até então, diferente do jornalismo europeu, que tem uma abordagem mais pedagógica e uma interpretação crítica e intelectualizada dos fatos. Ou, nas palavras de Herscovitz (2000), enquanto o modelo americano é objetivo e apertado, o modelo francês – que dá as bases

para o jornalismo europeu – é mais subjetivo, opinativo, partidário e literário.

A tradição da dicotomia entre a escola americana e a europeia acompanhou o surgimento de todas as mídias nesses países e, entre elas, a televisão. Quando do surgimento da Tv, o Brasil, por exemplo, já estava completamente inserido e adepto da tecnologia e do *know-how* americano. Segundo Mattos (2000),

desde seu advento, na década de 50, a televisão brasileira tem sofrido a influência americana, tanto na estrutura comercial como na produção, importando dos Estados Unidos não apenas programas, mas idéias, temas, roteiros e técnicas administrativas (Mattos, 2000: 126).

Na Europa Ocidental, no entanto, o modelo estatal perdurou por muito tempo, até que a introdução de tecnologias mais avançadas exigiram uma nova regulamentação a respeito do tema. Segundo Amorim (1997), nos países da Europa, os sistemas de televisão passaram, nas últimas duas décadas, por grandes mudanças tecnológicas e econômicas como a introdução da televisão por cabo e por satélite, e a abertura da televisão comercial. Dessa maneira, segundo o autor, a proteção do interesse público se dá, entre outras formas, através da existência de um setor de serviço público e de medidas de regulamentação incidindo em vários aspectos da atividade televisiva. A regulamentação da televisão foi então modificada para atender às novas condições de exercício da atividade, combinada com outras medidas, num instrumento adequado de proteção do interesse público.

Apesar do rompimento do monopólio estatal da televisão de serviço público e da expansão da televisão de mercado, o serviço público se mantém devido à convicção, segundo Amorim (1997), de que sua existência é importante para a proteção do interesse público, mesmo depois da separação entre a noção de interesse geral e o modo público de gestão de serviço:

o caráter público de uma entidade começou a ser visto não como consequência de seu estatuto jurídico, mas das suas funções que desempenha. Nesses termos, passou-se a admitir que entidades, consideradas públicas sob o aspecto jurídico-formal, podem muitas vezes ter atuação contrária aos

interesses públicos, enquanto outras, consideradas privadas pelo mesmo critério, podem realizar funções de interesse público (Amorim, 1997: 544).

Sobre a televisão, especificamente, Amorim é categórico ao afirmar a necessidade da autonomia em relação às limitações econômicas:

dificilmente pode-se aceitar a idéia de que um serviço de televisão, funcionando de acordo com a lógica econômica, venha proporcionar, mesmo em regime de competição, um repertório simbólico apto a atender a diversidade de exigências sociais, políticas e culturais que dele se espera. (...) A lógica econômica é, por natureza, limitadora da amplitude que deve ter um serviço de televisão. Na televisão de mercado a ênfase é dada ao econômico; e tudo que extrapola esta prioridade somente estará presente de maneira incidental, como subproduto (Amorim, 1997: 544).

Segundo o autor, o controle e a supervisão da televisão, nesse caso, tem sido a criação de organismos autônomos, como ITC no Reino Unido, CSA na França, e AACS em Portugal, de maneira que o poder público limita sua intervenção e se desvincula do controle direto sobre o sistema de televisão.

O que mais interessa priorizar, no entanto, são pressupostos que embasam o sistema de televisão europeu, como, por exemplo, o compromisso com o pluralismo e a diversidade, o espaço garantido para as informações e a divulgação de assuntos de interesse da cidadania e da política. Ou, ainda segundo Lopes (1999), há considerações específicas sobre a informação de serviço público, como dar uma visão global e contextualizadora dos fatos, procurar o contraste de fontes diversificadas, fazer uma rigorosa depuração dos dados, promover o aprofundamento das consequências sociais, políticas e econômicas, debater-se por um equilíbrio na cobertura territorial, social e cultural.

Assim, a lógica do jornalismo como prestador de serviço parece estar bem mais presente na televisão e no próprio jornalismo europeu, que tem uma história muito associada à preocupação com os meios de comunicação, enquanto promotores da contínua melhoria da vida cultural dos usuários. Essa é a razão pela qual os

media europeus nascem sob a tutela do Estado, justamente para se tornarem independentes dos números da audiência. Segundo Lopes,

em relação ao liberalismo nas comunicações, a Europa segue o outro modelo, o de serviço público, confiando o controle da radiotelevsão ao Estado, como aliás, já acontecia com a rádio (Lopes, 1999: 26).

A busca por um modelo de telejornalismo brasileiro se traduz exatamente na produção desse jornalismo *clean, asséptico* que advoga os princípios da objetividade e imparcialidade, e que é herança da escola americana de jornalismo. A exemplo do “Jornal Nacional”, a cartilha americana é seguida por todos os telejornais da Rede Globo, que se deu a partir de um comprometimento entre a emissora brasileira e os americanos. Grandes investimentos na produção e técnica dos programas foi a moeda de troca aos compromettimentos editoriais da Rede Globo e do telejornal, ora com a ideologia americana, ora com o governo militar (Rezende: 2000).

Diante desse contexto, o padrão americano de produção de notícias, além de ser considerado referência de telejornalismo, é, sobretudo, um ritual estratégico de instinto preservacionista para a emissora, dissimulado através de um discurso da busca *inabalável* da verdade dos fatos. Sob a égide/orientação dos princípios do jornalismo americano de produção de notícias para a TV, o telejornalismo global traz como características, a superficialidade no tratamento dos fatos, que impede a prática de um jornalismo mais denso e crítico (Rezende: 2000), e a consolidação da imagem de modelo de telejornalismo brasileiro, criando o Padrão Global de Telejornalismo. Em nome do Padrão Global, aceita-se como regra, orientações absolutamente burocráticas, que pretendem dar ao jornalismo um tratamento objetivo, como se se tratasse de uma ciência exata. São exemplos disso orientações como o estabelecimento do tempo de duração que uma *sonora*¹ deve ter em uma reportagem, assim como o tempo total de uma matéria – independentemente da complexidade do assunto - para que não se comprometa o ritmo da reportagem:

não como reflexo da censura, a superficialidade do noticiário explicava-se, assim, como resultado de uma diretriz editorial baseada na agilidade do estilo “mancheteado”,

que se ajustava ao perfil da audiência do programa. Essa orientação continua a ser adotada até hoje pelo Jornal Nacional e noticiários de outras emissoras veiculados no horário – nobre da TV (Rezende, 2000:116).

No entanto, apesar de parecer, esta questão está longe de ser fechada, já que um dos objetivos da análise será a de verificar se, uma vez que a estrutura organizacional se impõe fortemente sobre a maneira de produzir notícias, então é possível que essas duas escolas de telejornalismo, que já alcançaram grandes diferenças, agora estejam cada vez mais próximas e parecidas. Um dos vieses da globalização é o perigo de hegemonia e de sua possível americanização, no sentido de impor um modelo para o mundo inteiro. E o que se assiste é uma privatização lenta, mas progressiva dos meios de comunicação europeus, indo exatamente no sentido do que hoje é feito nos Estados Unidos, não exatamente por intenção, mas como sobrevida possível a um contexto de liberalização total do mercado. É como se o mundo globalizado não permitisse mais espaço para esse tipo de constituição dos meios de comunicação com a tutela do Estado. E essa nova configuração, fruto do cenário de capitalismo tardio, pode resultar no modelo de produção de notícias também único e adequado às exigências do contexto.

3 A TEORIA DO NEWSMAKING: REVENDO OS LUGARES

Dessa maneira, a análise atual sobre a maneira como as notícias são produzidas ou a célebre pergunta que pauta trabalhos deste tipo, de “por que as notícias são como são” (Traquina:2001), parece estar mais voltada à busca de respostas na análise da estrutura de produção, nas decisões e adoções de determinados modelos tecnológicos, vinculados a uma determinada estrutura econômica, do que somente nos mecanismos ideológicos de dominantes ou dominados. Essas decisões econômicas, políticas e tecnológicas são, sobretudo, decisões culturais. Então, é natural que a perspectiva ideológica seja importante, mas é também necessário rever, neste momento, a idéia maniqueísta de fortes e fracos como um discurso insuficiente que não dá mais conta de responder às indagações a esse respeito, atualmente.

A teoria da comunicação só começa, de fato, a fazer uma investigação mais ampla e, por isso, menos limitada, neste sentido, a partir do momento

em que as teorias mais reducionistas, como o funcionalismo e/ou estruturalismo, baseadas na onipotência dos emissores frente aos receptores, passam a ser relativizadas.

Até a metade do século XX, as teorias funcionalistas e estruturalistas centravam-se nos meios de comunicação, promovendo discussões sobre seu papel, num contexto de luta ideológica. E somente a partir da década de 50, uma nova vertente teórica passou a propor o deslocamento da ótica do emissor para o ponto de vista do receptor. Tratava-se da teoria culturoológica, de origem francesa, que tinha como marca o estudo da cultura de massa, distinguindo os seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto consumido (Wolf: 1995), reconhecendo a existência ativa do sujeito receptor.

A proposta da teoria culturoológica é olhar a cultura de massa não como um fenômeno isolado, mas sim, tentando abarcar todo o conjunto das relações sociais e humanas onde ela acontece. O principal expoente desta teoria foi Edgar Morin (Wolf: 1995), que aponta, neste sentido, uma dissonância entre a produção dentro dos moldes da indústria cultural e os desejos e identidades da cultura de massa:

de fato, a perspectiva que designa a comunicação de massa impede de entender o problema “cultura de massa”(…). As categorias utilizadas quebram a unidade cultural implícita nas comunicações de massa, eliminam os dados históricos, atingindo, por fim, quer um nível de particularidade dificilmente generalizável, quer um nível de generalidade inutilizável (Morin apud Wolf, 1995: 89).

Segundo a teoria culturoológica, os padrões industriais típicos da sociedade de massa impõem a produção estandardizada e padronizada de produtos de forma homogênea e hegemônica. Na cultura de massa, o objeto está estreitamente ligado à natureza do produto industrial e ao ritmo de consumo cotidiano (Wolf:1995) e, dessa maneira, há um inevitável desencontro entre as exigências produtivas e técnicas de estandardização e o caráter inovador do consumo cultural. Os meios de comunicação, ao fazerem parte da indústria cultural da sociedade de massa sofreriam, segundo Morin, exatamente deste problema.

A exigência de conhecer o público com o qual se fala, vai se tornando imperativa até que

uma nova teoria, nas décadas de 60 e 70, traz como ênfase mais fortemente a questão do reconhecimento e consideração do contexto cultural dos usuários na relação mídia e sociedade, o *cultural studies* de berço inglês. A intensificação da atenção sobre as estruturas sociais e o contexto histórico do receptor é fundamental para entender a ação dos *media*, onde o interesse está voltado para a análise específica do processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade (Wolf:1995). Neste sentido, os pesquisadores propunham a cultura como toda e qualquer prática social e a soma de suas inter-relações (Hall:1980), onde a interação com os meios de comunicação se processava também. Segundo essa perspectiva, estudar a ação das notícias na sociedade prescinde estudar as relações delas e de seus usuários.

Para Jensen (1992), dentro da teoria do *cultural studies*, as notícias são um exemplo claro de como as mídias são instâncias mediadoras entre os domínios da vida pública e da vida diária. É de fato a informação partilhada que torna os indivíduos comuns, e, portanto, as notícias produzem um certo sentido de pertencimento a uma mesma comunidade, ainda que de dimensões planetárias. Assim percebe-se que, apesar da natureza da televisão estar associada aos princípios hegemônicos da globalização ao ofertar produtos culturais estandardizados, existe uma forte tendência dentro da mídia televisiva de tentar atender demandas específicas da audiência via programações locais.

A mídia televisiva tem reconhecido que, no tocante ao jornalismo, as notícias podem funcionar como “foro cultural”, ao permitir aos telespectadores perguntar e estar interessados nos mesmos assuntos. Assim, a oferta de notícias pelo telejornal é fonte das conversas cotidianas (Silverstone: 1996). Os conteúdos de seus programas, os giros da narrativa, a moralidade de seus personagens, as ansiedades que rodeiam as notícias proporcionam em muitos lugares “a moeda corrente do discurso cotidiano” (Dahlgren: 1997).

Esta análise vale principalmente quando se fala do jornalismo de televisão, que não tem a ver só com a transmissão da informação, mas também com a estimulação da discussão, porque provoca e promove a discussão lateral e horizontal dentro da sociedade. Por outras palavras, é dizer que a função do jornalismo de televisão é a de estimular as discussões de grupo em contextos públicos e expressar a vontade política. Para Dahlgren (1997), a partir das notícias transmiti-

das pela Tv, os cidadãos podem exercer o seu dever social, uma vez que o ato de ver notícias já faz parte das rotinas diárias. Já para Lull (1992), as notícias funcionam como agentes da democracia representativa, documentando e legitimando esta forma de processo político como uma realidade. Elas podem significar, em última instância, um recurso para a audiência, num modelo de democracia mais participativa, na medida em que a informação pode converter-se na base de ações políticas.

A proposta da teoria culturológica é olhar a cultura de massa não como um fenômeno isolado, mas sim, tentando abarcar todo o conjunto das relações sociais e humanas onde ela acontece

Este fenômeno faz com que a Tv, especialmente o telejornal, tenha importante papel no agendamento dos assuntos vivenciados pelos telespectadores e na estruturação de suas realidades. A visão dos meios de comunicação como “agendadores” da sociedade é um conceito criado nos anos 70 e representa um regresso à problemática dos efeitos das mídias, embora em sinal contrário (Traquina:2000). Na verdade, aqui, o agendamento está preocupado, enquanto pesquisa, nos efeitos cognitivos da mídia e a audiência. A hipótese do *agenda setting* diz que,

em consequência da ação de jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para indicar ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (Shaw apud Wolf, 1995:130)

Torna-se evidente, como salienta Traquina (2001), que, no contexto da comunicação política, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da ação estratégica de diversos agentes sociais, em particular dos profissionais do campo político. Como bem lembra Bourdieu (1997), caminha-se, cada vez mais, rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política. A partir desta discussão, o autor prossegue, dizendo que a própria profissionalização da atividade jornalística gera um investimento direcionado para a preocupação com as notícias, especialmente dentro da pesquisa da comunicação e da cultura profissional. A pergunta norteadora é tentar entender porque as notícias são como são. É o que se chama de “saberes profissionais”, que vão se consolidando. Devido ao fato de as organizações jornalísticas funcionarem dentro de um ciclo estruturado, esta capacidade performativa dos jornalistas implica possuir um conjunto de saberes profissionais:

a aprendizagem desse vocabulário constitui um processo sutil, de acumulação, baseado na experiência e nas transações diárias com colegas, fontes, superiores hierárquicos e textos jornalísticos. O saber de reconhecimento é a capacidade de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia (Traquina, 2001: 31).

É por conta dessa profissionalização da atividade que as discussões a respeito da produção e exibição das notícias têm se tornado cada vez mais frequentes, haja vista seu poder de, efetivamente, agendar a discussão pública e se tornar a referência sobre os assuntos que estão na pauta do dia, ou não. Isso provocou uma necessidade inevitável de todos os campos do conhecimento, para se darem a conhecer, necessitarem se anunciar nos meios de comunicação como processo instituído de forma que o agendamento tem implicações profundas na própria agenda pública social.

No caso em estudo, percebe-se, por exemplo, que os temas tratados nos *media* – em específico na editoria de internacional, são os fatos discutidos e objetos de preocupação mundial. Cada povo, ao tomar como referência as informações advindas dos meios de comunicação de seu país sobre os outros países e o mundo, forma ima-

gens a respeito deles, através deste processo de consumo e debate das notícias. O panorama mundial é fornecido por essa informação partilhada pelos meios de comunicação. No caso do jornalismo, ele desfruta da legitimidade concedida pela sua própria natureza, que é a de fornecer notícias e distribuí-las. Assim, para a grande maioria dos consumidores – leitores, ouvintes, telespectadores e internautas – os *media* são encarregados de trazer-lhes os acontecimentos sobre os quais eles devem tomar conhecimento para saber o que se passa no mundo. Esse processo se dá segundo uma lógica sobre a qual não pairam dúvidas, como se disse antes, devido à sua legitimidade.

Ao telespectador brasileiro, por exemplo, que nunca fez uma viagem internacional – o que não é absolutamente raro – a fonte de informações sobre o mundo está reduzida aos meios de comunicação. Especialmente a televisão, que lhe traz esse mundo para dentro da sua casa. Se esse mundo for mostrado dentro do telejornal, então, ele será a referência consagrada de que “evidentemente” os fatos se sucedem exatamente assim como o noticiário mostrou. E essa é fonte de informação praticamente exclusiva desse usuário para a formação de uma idéia sobre os países do mundo inteiro e suas configurações políticas, econômicas, sociais e culturais. Segundo Iyengar e Kinder (Traquina: 2001), quanto mais o espectador está afastado do mundo dos acontecimentos públicos, mais forte é o poder de agendamento dos noticiários televisivos.

No recorte pretendido deste estudo, pode-se dizer que a imagem de mundo que os brasileiros têm é formada a partir, basicamente, do que é divulgado pelos telejornais em suas editorias internacionais. É sobre os temas mundiais presentes no telejornal que os brasileiros discutem, emitem opiniões, enfim referenciam e formam suas imagens. O mesmo processo, em tese, deve ocorrer em Portugal, ainda que, neste caso, seja preciso considerar pontos promotores de sutis diferenças, como o nível de cultura e educação diferenciados que podem proporcionar aos portugueses informações não só advindas dos *media*. Da mesma forma, também suas possibilidades geográficas e econômicas, dentro da Europa, permitem a uma parte maior da população viajar e verificar *in loco* a realidade de cada país ou cultura.

Na esteira da hipótese do *agenda-setting*, outras teorias vão sendo elaboradas, perseguindo respostas para a questão de porquê as notícias são como são. O diálogo entre as teorias não eli-

mina uma a outra, senão que ajuda a entender esse processo sobre o qual está baseada a pesquisa em comunicação. Assim, com relação à seleção das notícias, ainda como herdeira da proposta funcionalista, surge a teoria do espelho, que diz ser a produção jornalística um retrato fiel da realidade. Um reflexo dos acontecimentos, de modo que os jornalistas seriam o que Traquina (2001) chama de comunicadores desinteressados:

Um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam de sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que o aconteceu, doa a quem doer (Traquina, 2001: 65).

Por outras palavras, o autor define bem a crença do jornalismo nos mitos da objetividade e da imparcialidade própria dessa teoria, capazes de fazer os jornalistas serem mais fiéis às regras e procedimentos jornalísticos do que aos fatos em si, exatamente como bem defende o jornalismo americano:

com o novo paradigma das notícias como informação, o papel dos jornalistas é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais (Traquina, 2001: 66).

A partir dessa perspectiva, o que se assiste no telejornal, na editoria de internacional, seria o “retrato” exato dos acontecimentos mundiais. É importante registrar, especialmente para o caso em estudo, que as agências de notícias foram as defensoras mais ardentes deste jornalismo de informação. E o telejornal é um grande “cliente” das agências internacionais, uma vez que se torna impossível manter equipes de trabalho em todos os cantos do planeta. As agências tornam-se, assim, a possibilidade de viabilizar a cobertura internacional dentro dos telejornais.

Adepto desse jornalismo “sem opiniões”, “sem parcialidades”, o telejornal promete contar de forma equilibrada e objetiva os fatos. No entanto, essa proposta reporta, de imediato, à impossibilidade, já que a narrativa é atravessada pela linguagem, que é sempre subjetiva. Dessa maneira, a teoria do espelho logo encontra seus limitadores que, depois, serão ainda mais evidenciados com as outras propostas teóricas posteriores, como é o caso da teoria do *gatekeeper*. Se-

gundo a teoria, ao considerar os critérios de seleção das informações que são transformadas em notícia, são colocados em cheque conceitos como objetividade e imparcialidade. Para explicar porquê vê-se as notícias que se vê, e a forma como se vê no jornal, rádio, Tv ou on-line, foi preciso deslocar o olhar para os canais através dos quais as notícias passam até chegar ao usuário. Assim, a pesquisa investe na análise da lógica dos processos pelos quais a comunicação de massa é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se efetua a construção das mensagens (Wolf:1995).

Segundo White (Wolf: 1995), o conceito de *gatekeeper* está associado ao desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação. Há, neste processo de seleção, sob a responsabilidade do editor, pontos que funcionam como cancelas, critérios através dos quais é possível fazer com que a informação passe e se torne notícia ou não. Por outras palavras, a teoria da ação pessoal, ou do *gatekeeper*, é identificada em todo o processo de seleção e escolha da notícia a ser publicada, dentre as inúmeras que chegam às redações todos os dias. Por estar centralizada em uma pessoa com o poder decisório de deixar ou não passar a informação no processo de transformação em notícia, a teoria é chamada de ação pessoal. Mais uma vez essa teoria serve ao objeto de estudo proposto porque ajuda a saber quais são as variáveis a que está submetido o telejornal durante sua feitura e exibição. No caso da editoria de internacional, a teoria do *gatekeeper* se mostra ainda mais evidente, já que uma grande quantidade de informações do mundo inteiro, proveniente de correspondentes internacionais e de agências de notícias, deve ser selecionada e categorizada para que seja possível escolher a parte que fará parte da edição do dia.

A maior parte do material que chega à redação – seja em qualquer editoria – é desprezada por não se enquadrar nos critérios de notícia, pela falta de tempo (espaço) no telejornal, ou pela impossibilidade operacional/ideológica de ser produzida e/ou noticiada. O questionamento que se faz, no entanto, é quando e quais as notícias que devem ser eleitas e quais não devem ser eleitas uma vez que se está falando de um material essencialmente subjetivo. Por essa razão, Moretzsohn (2002) chama a atenção para o fato de o jornalista ser permanentemente e essencialmente o grande *gatekeeper*. Wolf (1995) também reitera a ação dos filtros, dando exemplos concretos:

cerca de nove despachos de agências, em dez, são eliminados e só um e dez descobre o caminho para aparecer como notícia, no jornal. (...) A pesquisa de White revela que das 133 explicações para a recusa de uma notícia, cerca de 800 atribuíram-na à falta de espaço e cerca de 300 se referiam ou um sobreposição com histórias já selecionadas ou falta de interesse jornalístico ou falta de qualidade da escrita. Outros 76 casos diziam respeito a acontecimentos em áreas demasiado afastadas do jornal e, por isso, presumivelmente desprovidas de interesse para o leitor (Wolf, 1995: 162).

A série de escolhas por onde o fluxo de notícias tem que passar estão muito relacionadas e dependentes de juízos baseados na subjetividade e juízo dos jornalistas. Os resultados das pesquisas nesta área têm indicado que o *background* cultural do editor *gatekeeper* e a lógica operacional-econômica da instituição noticiosa são as principais interferências sentidas na configuração no menu-espelho da edição diária dos meios de comunicação, nesse caso, do telejornal, em sua edição relativa à editoria de internacional, ou seja, sua visão de mundo e sobre o mundo, que é oferecida aos telespectadores. Segundo Traquina,

a teoria do *gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem as produz: o jornalista. Assim, é uma teoria que privilegia apenas uma abordagem microssociológica, ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macrossociológicos (Traquina, 2001: 70).

Dessa maneira, fica claro que o grande problema da teoria é a de não dar conta completamente, ou de maneira mais completa, do processo complexo de veiculação das notícias. Ao centrar-se no indivíduo-jornalista, está baseada num conceito de seleção que minimiza outras dimensões importantes do processo de produção de notícias e por isso torna-se uma visão limitada.

Em contraponto às forças subjetivas intervenientes no processo de produção da notícia, outros estudos vão contribuir para que se entenda porquê as notícias são como são, não restritas à explicação da teoria da ação pessoal, de decisões centradas nas possibilidades do sujeito. Os novos estudos vão propor que se considere também, nesse processo de escolha e seleção das

informações, a forte intervenção da estrutura organizacional a que está submetida à produção do noticiário. Por isso, Breed (Traquina:2001) chama esta teoria de *teoria organizacional*, onde o autor insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização onde trabalha.

Por isso, da teoria da ação pessoal, a pesquisa avança para a teoria organizacional, para explicar o processo de produção, seleção e exibição das notícias. A teoria organizacional, ou das rotinas produtivas, busca fazer uma análise mais ampla do processo de seleção e tratamento da informação, a partir de todo um conjunto de interferências que a notícia sofre, desde a pauta, até a publicação. Assim, avalia-se todo o caminho da notícia via atividade profissional do jornalista, onde trava um embate com a teoria da ação pessoal, pois, segundo Breed (Traquina:2001), o jornalista sobrepõe as normas da política editorial da organização a qualquer crença pessoal que tenha ou traga consigo.

Por outras palavras, esta abordagem considera a importância da cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos na formatação do telejornal. É preciso dizer que as rotinas produtivas põem em evidência uma certa cultura profissional que é entronizada por todos os jornalistas no exercício diário de suas atividades, que Breed chama de “conformismo” do profissional com os pontos de vistas da direção da empresa jornalística, e que se tornam mais fortes que suas próprias crenças pessoais.

Uma das razões pelas quais essa cultura se impõe sobre a subjetividade do profissional é que as rotinas e os rituais de produção das notícias são utilizadas para neutralizar quaisquer críticas e para seguirem, segundo Tuchman (Traquina:1993), rotinas confinadas pelos limites cognitivos da racionalidade. Ou seja, o procedimento ritual é, em certo sentido, a garantia de busca da objetividade como proteção ao jornalista, especialmente por não se utilizar de opiniões.

Basicamente, a idéia é criar critérios de noticiabilidade para que se possa dar conta de fazer a seleção da informação que chega à redação

de acordo com as normas profissionais que incluam essa informação ou não, na categoria notícia, e para que se possa viabilizar o noticiário frente à superabundância de material:

a noticiabilidade é constituída pelo conjunto de características que os acontecimentos devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poderem ser transformados em notícia.(...) Tudo o que não corresponde a esses requisitos é “excluído”, por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional (Traquina, 1993:).

Por conta disso, a noticiabilidade que é o centro da teoria do chamado *newsmaking* é, segundo Hohlfeldt (2002), uma teoria específica do jornalismo, por tratar exatamente da transformação dos acontecimentos em notícia, relacionada não só às influências e relações editoriais, mas também ao que se chama constrangimentos organizacionais. Além de fragmentar a informação, esses constrangimentos são um disfarce para a apresentação da notícia de forma objetiva e sob um condicionamento na produção e no tratamento

das mesmas. Dessa maneira, a estrutura acaba por fragmentar a informação, já que condiciona o processo de produção de notícias que, apesar de sua flexibilidade, e de estarem implantadas no contexto da sua produção, segundo Traquina (1993), são apresentadas de forma indexical, ou seja, divorciadas do seu contexto de produção.

Por exemplo, o jornalista pode citar a fonte sem indicar como uma certa pergunta provocou a resposta da fonte. E saber como as notícias são produzidas é imprescindível para compreender o que significam.

No caso do telejornal, percebe-se nitidamente essa questão, uma vez que a rotina diária de produção e exibição está submetida a uma série de limitadores e operações que, muitas vezes, não têm, nem de longe, relação com a seleção da notícia por sua importância editorial. O imperativo do *dead-line* – prazo limite para entrega das

A imagem de mundo que os brasileiros têm é formada a partir, basicamente, do que é divulgado pelos telejornais em suas editorias internacionais. É sobre os temas mundiais presentes no telejornal que os brasileiros discutem, emitem opiniões

matérias na redação pelas equipes de reportagem que estão na rua - por exemplo, pode definir ou não a entrada de uma matéria no telejornal.

Fora isso, a televisão tem especificamente alguns fatores que comprometem ainda mais esta seleção e que estão diretamente relacionados à estrutura organizacional. A qualidade técnica e/ou plástica das imagens captadas, o “fechamento” ou não do sinal de microondas para uma entrada ao vivo; um *blackout* de energia, um entrevistado afônico, enfim, a série de procedimentos operacionais que são determinantes na exibição da matéria e que não têm exatamente a ver com critérios editoriais e ou subjetivos, decidem algumas emissões:

isso significa que os critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros e, por outro lado, são sempre considerados em relação à forma de operar do organismo que faz a informação (Wolf, 1995: 173).

Assim, pode-se voltar ao questionamento essencial das teorias que trata de buscar saber quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias. O rigor dos valores/ notícia não é, pois, o de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. Segundo Wolf (1995), os valores/notícia derivam dos seguintes pressupostos:

- conteúdo das notícias,
- disponibilidade do material,
- público,
- concorrência

No caso da editoria internacional do telejornal, é interessante lembrar o que diz Tuchman (Traquina:2001). Segundo o pesquisador, as empresas jornalísticas trabalham na busca de uma certa ordem no espaço, dentro do processo produtivo de notícias. E, para dar conta dessa ordem a respeito de algo – como as notícias – que, essencialmente, não têm a ver com o ordenável e o previsível, já que as notícias podem acontecer a qualquer hora e lugar, as organizações tomam algumas decisões, que, no caso do

objeto em estudo do telejornal e sua cobertura internacional, servem bem para ilustrar o procedimento diário operacional:

- na questão da territorialidade geográfica – as empresas dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial. No caso da televisão, sucursais e emissoras afiliadas fazem o trabalho de cobrir os acontecimentos pertencentes às suas regiões;

- na questão da especialização organizacional – as empresas estabelecem “sentinelas” que, do ponto de vista dos valores-notícia, produzem acontecimentos julgados sob a ótica da noticiabilidade. É o caso dos correspondentes espalhados por alguns países estratégicos no mundo e que acabam adquirindo um certo *know-how* na cobertura de alguns assuntos específicos. Os correspondentes internacionais, por exemplo, especializam-se em determinados conflitos e/ou guerras, uma vez que eles, freqüentemente, se tornam notícia na mídia, descobertas e novidades científicas e particularidades próprias de determinadas culturas;

- há, também, o que Traquina (2001) chama de *especialização*, em termos de temas e/ou assuntos, o que leva as empresas jornalísticas a se dividirem em editorias. É o caso, a respeito da proposta de estudo da seção de internacional, que diz respeito, essencialmente, aos acontecimentos do mundo inteiro. Apesar de o telejornal não usar uma cartola como no jornal impresso, sinalizando ao leitor onde estão as notícias internacionais, fica claro que um bloco ou uma parte específica do noticiário é destinado às notícias do mundo.

Esta categorização, aliás, contribui para o trabalho, no sentido de ajudar a entender a imagem de mundo construída por Portugal aos portugueses, através do telejornal, e a imagem de mundo construída pelo Brasil aos brasileiros, sempre levando em conta que os telejornais são a principal fonte de consumo de informação sobre os outros países, no mundo inteiro.

Conforme o estudo do fluxo de notícias internacionais em quatro noticiários noruegueses, já referido na introdução, Galtung & Ruge (Traquina:1993) apontam a dimensão da importância do telejornal na vida dos telespectadores, especialmente na contribuição para a formação da visão de mundo:

O mundo é composto por atores individuais e nacionais, e uma vez que é evidente que a ação se baseia na imagem que o ator

faz da realidade, a ação internacional será baseada na imagem da realidade internacional. Esta imagem não é só moldada pelos media noticiosos (...). Mas a regularidade, a ubiqüidade e a perseverança dos media noticiosos transforma-los-ão em competidores de primeira categoria em busca da primeira posição, enquanto modeladores de imagem internacionais. Dao que a adequação da imagem em que se baseia, o estudo que os media noticiosos dão do mundo, é de importância primordial. (Galtung & Ruge apud Traquina, 1993: 62)

É interessante observar que, apesar das notícias serem elaboradas, em parte, segundo o que defende a teoria da ação pessoal, por decisões que estão implicadas no contexto cultural e individual de cada jornalista e, em parte, segundo rotinas de produção que criam uma cultura de trabalho que padroniza e conceitua as notícias, há um fenômeno de repetição das mesmas notícias nos meios de comunicação e, especificamente, dos telejornais. Chama atenção esse fenômeno nomeado por Bourdieu (1997) como *circulação circular de informação*, porque, como já foi dito anteriormente, todas estas discussões são fruto da necessidade de selecionar e categorizar os acontecimentos que são abundantes nas redações. Então, como explicar que todos os jornalistas escolham as mesmas notícias para figurarem nos jornais ou telejornais?

Segundo Bourdieu (1997), o credo liberal cria o monopólio que uniformiza o que a concorrência diversifica. Mas, no caso dos jornalistas e jornais sujeitos às mesmas restrições, às mesmas pesquisas de opinião, aos mesmos anunciantes, a concorrência homogeneiza:

Isso é particularmente verdadeiro em um universo que as restrições coletivas são muito fortes e em particular as restrições da concorrência, na medida em que cada um dos produtores é levado a fazer coisas que não faria se os outros não existissem; coisas que ele faz por exemplo, para chegar antes dos outros. Ninguém lê tanto os jornais como os jornalistas, que, de erto, tendem a pensar que todo mundo lê todos os jornais (...) para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. (...) Nas equipes de redação, passa-se uma parte considerável do tempo falando de

outros jornais e, em particular, do “que eles fizeram e que nós não fizemos”. (...) Essa espécie de jogo dos espelhos refletindo-se mutuamente produz um formidável efeito de barreira, de fechamento mental (Bourdieu, 1997: 31).

E vai mais além ao tratar do telejornal especificamente:

Para fazer o programa do jornal televisivo do meio –dia é preciso ter visto as manchetes do 20 horas da véspera e os jornais da manhã e para fazer minhas manchetes do jornal da noite é preciso que tenha lido os jornais da manhã (Bourdieu, 1997: 33).

Essa homogeneidade discursiva (Alsina:1993) reforça a ilusão referencial criada pelos meios de comunicação, conforme dito anteriormente, intensificando a legitimidade da função jornalística dos noticiários. Ao comparar a informação de diferentes meios de comunicação e as mesmas fontes, utiliza-se uma terminologia semelhante, de maneira que a pluralidade dos discursos é praticamente inexistente.

Outro estudo que reitera esta idéia é lembrado por Sousa (2002), ao referir-se à pesquisa de Thomas Patterson. Segundo a pesquisa, a profissionalização dos jornalistas reduz a diversidade discursiva. O autor comparou o discurso de jornalistas nos Estados Unidos, Suécia, Alemanha, Inglaterra e Itália, e concluiu que, quanto mais elevada é a profissionalização dos jornalistas, menor é a diversidade dos discursos e pontos de vista jornalísticos.

No entanto, é bem possível que, pelo menos entre os jornais brasileiros, encontre-se duas edições de telejornal do mesmo dia em redes diferentes com a editoria de internacional tratando exatamente dos mesmos temas, devido, em parte, ao que é ponderado por Bourdieu (1997). Na verdade, os *media* repetem as mesmas fontes de informação (agências, correspondentes), os mesmos critérios de noticiabilidade, sejam eles de ordem pessoal – ainda que subjetivo, torna-se, como se viu, relativamente padrão – ou organizativo, submetido às sanções do processo operacional da instituição jornalística. Então, se as notícias se repetem, o que pode variar é o modo como elas são tratadas, recortadas e enfocadas. A maneira de narrar essa informação, no telejornal, pode ser concretizada de diversas formas. E pa-

rece ser o grande mote do comparativo entre os telejornais brasileiros e portugueses, porque parte-se, em tese, da mesma editoria, e inevitavelmente, de alguns temas semelhantes.

NOTAS

* Professora e Coordenadora do Curso de Comunicação Social da UNISC – Universidade de Santa Cruz. Doutoranda no PPGCOM/PUCRS.

¹ Termo utilizado em televisão para designar o momento da fala de alguém na matéria e, portanto, transformando-se sempre em parte de uma entrevista feita e editada para ir ao ar.

REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia Leal. Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell. (orgs.). **O Jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo, 15, 1997.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.
- AMORIM, José Salomão David. A proteção do interesse público na televisão de sinal aberto: a experiência da Europa Ocidental. In: MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell. (orgs.). **O Jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASTELLS, Manuel. Tecnologia de la información y capitalismo global. In: GIDDENS, Anthony & HUTTON, Will. **En el límite**, Críterios, 2002.
- DAHLGREN, Peter. El periodismo televisivo como catalisador. In: DAYAN, Daniel. **En busca del publico**. Barcelona: Gedisa, 1997.
- DRUMMOND, Victor. **A investigação do norte e a do sul**. Disponível em <<http://www.canaldaimprensa.com>>. Acessado em 13/08/2003.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade pessoal**. 2. Ed. Celta, 1997.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. **O Impacto da mídia americana no jornalismo brasileiro**: interpretação de um modelo ou caricatura? Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acessado em 20/08/2003.
- HOLHFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOLHFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- JENSEN, Klaus B. La política del multisignificado. In: GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Hablan los televidentes**. México: Universidade Iberoamericana, 1992.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor Tv do mundo**: o modelo britânico de comunicação. São Paulo: Summus, 1997.
- LOPES, Felisbela. **O telejornalismo e o serviço público**. Coimbra: Minerva, 1999.
- LULL, James. Recepción televisiva, reforma y resistencia en China. In: GÓMEZ, Guillermo Orozco (org.). **Hablan los televidentes**. México: Universidade Iberoamericana, 1992.
- MAFFESOLLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950-2000). Salvador: Ianamá, 2000.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**. O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**. Um perfil editorial. São Paulo: Perfil Editorial, 2000.
- SALOMÃO, Mozahir. **O repórter e as armadilhas da narrativa**. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acessado em 06/07/2004.
- SILVERSTONE, Roger. El Consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia. In: SILVERSTONE, Roger, HIRSCH, Eric. **Los efectos de la nueva comunicación**. Barcelona: Bosch, 1996.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.
- TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “Estórias”. Lisboa: Veja, 1993.
- _____. **O Poder do Jornalismo**. Análise e Textos da Teoria do Agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.
- _____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.