



Nelson Traquina

Teorias do Jornalismo

Volume II

A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional



Teorias do Jornalismo

Volume II

*A tribo jornalística – uma comunidade
interpretativa transnacional*

Universidade Federal de Santa Catarina

Reitora

Roselane Neckel

Pró-Reitora de Pós-Graduação

Joana Maria Pedro

Diretor do Centro de Comunicação e Expressão

Felício Wessling Margotti

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Rogério Chistofolletti

Conselho Editorial da Editora Insular

Dilvo Ristoff

Eduardo Meditsch

Fernando Serra

Jali Meirinbo

Natalina Aparecida Laguna Sicca

Salvador Cabral Arrechea (ARG)

Nelson Traquina

Teorias do Jornalismo

Volume II

*A tribo jornalística – uma comunidade
interpretativa transnacional*



Nelson Traquina

Teorias do Jornalismo

Volume II

A tribo jornalística – uma comunidade

interpretativa transnacional

Coordenação

Nelson Rolim de Moura

Capa

Ginny Carla Morais de Carvalho

Projeto gráfico

Silvana Fabris

Supervisão Editorial

Eduardo Meditsch

Revisão

Contextuar

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Tuxped Serviços Editoriais (São Paulo, SP)

T744t Traquina, Nelson.

A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional / Nelson Traquina. - 1. ed. - Florianópolis, SC : Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v.2).

E-Book: 1,91 Mb; ePub; MOBI.

ISBN 978-65-86428-17-9

1. Campo Jornalístico. 2. Jornalismo. 3. Profissão Jornalística. 4. Teorias Jornalística. I. Título. II. Assunto. III. Traquina, Nelson.

CDD 070.4

CDU 070

ÍNDICE PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO

1. Jornalismo.
 2. Jornalismo; Imprensa.
-

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário

Pedro Anizio Gomes CRB-8 8846

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. 1. ed.

Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v.2). E-Book (MOBI, ePub, 1,91 Mb). ISBN 978-65-86428-17-9.

EDITORA INSULAR

(48) 3232-9591

editora@insular.com.br

twitter.com/EditoraInsular

www.insular.com.br

facebook.com/EditoraInsular

INSULAR LIVROS

Rua Antonio Carlos Ferreira, 537

Bairro Agronômica

Florianópolis/SC – CEP 88025-210

(48) 3334-2729

insularlivros@gmail.com

*Em memória do meu mentor,
o professor Josef Korbel*

Sumário

Introdução
Conceitos para compreender as notícias
O poder do jornalismo
A notícia como construção, a notícia como “estória”
O campo jornalístico
A tribo jornalística

PARTE I

Uma comunidade interpretativa

CAPÍTULO 1

Ser ou não ser jornalista?
O imediatismo
Uma competência profissional específica
Uma maneira de agir
Uma maneira de falar
Uma maneira de ver
Uma cultural profissional

CAPÍTULO 2

Ser ou não ser notícia?
Os critérios de noticiabilidade
em três épocas históricas
A análise acadêmica dos valores-notícia
Os valores-notícia segundo Traquina
Os valores notícia de seleção – os critérios
substantivos
Os valores-notícia de seleção – os critérios contextuais
Os valores-notícia de construção
Os valores-notícia e a organização jornalística
O que é notícia?
Uma tipificação dos acontecimentos

PARTE II

Uma comunidade interpretativa transnacional

CAPÍTULO 3

Análise de caso: a comunidade

jornalística e a problemática da AIDS

Por que a AIDS?

Questões metodológicas

A consolidação teórica

“Orientadas para o acontecimento”

A proximidade geográfica

O papel dominante das fontes oficiais

Os resultados

As hipóteses teóricas da sociologia do jornalismo

A hipótese teórica: os jornalistas enquanto

“comunidade interpretativa” transnacional

CAPÍTULO 4

Análise dos estudos sociológicos

da comunidade jornalística

A história dos estudos dos jornalistas

Metatendências na evolução da tribo jornalística

Os estudos representativos da comunidade

jornalística norte-americana

Os estudos comparativos internacionais

sobre os jornalistas

Conclusões

Notas

Bibliografia

Introdução

Entre no mundo das notícias. Bem-vindo à “Novaslândia” – pátria dos membros da tribo jornalística.

Neste estudo, o nosso objetivo é o de atingir uma melhor compreensão teórica das notícias. Num livro seminal sobre o jornalismo, a socióloga norte-americana Gaye Tuchman alertou-nos que o objetivo declarado de qualquer órgão de informação – fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes, segundo a ideologia jornalística dominante nos países democráticos – é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo.

Ao longo dos últimos cinquenta anos, as diversas teorias da notícia que foram avançadas (ver Traquina, 2001) ilustram bem a complexidade e oferecem diversas explicações que, apesar de cada teoria ter os seus destaques, apontam para uma série de fatores como o tempo, os constrangimentos organizacionais, as rotinas instituídas, e o crescente peso do fator econômico, ou, para ser mais preciso, o “polo” econômico do campo jornalístico, para mencionar as principais forças que ajudam a construir o produto jornalístico. Mas, com base numa análise crítica da vasta literatura de estudos sobre o jornalismo, é indubitavelmente claro que não é possível compreender as notícias sem uma compreensão da cultura dos profissionais que dedicam as suas horas e, às vezes, as suas vidas, a esta atividade.

Este trabalho persegue duas linhas de atuação: a consolidação teórica e a exploração teórica, mas esta última será a privilegiada. Através da consolidação da teoria, é nossa intenção testar as conclusões principais da já vasta literatura de *newsmaking* que se acumulou durante os últimos cinquenta anos. Por exemplo, serão examinadas algumas questões básicas. Primeiro, serão as notícias “orientadas para o acontecimento”, ao invés de “orientadas para o tema”, como sugerem fortemente inúmeros estudos do jornalismo? Em segundo lugar, será a proximidade, seja ela geográfica ou cultural, um fator determinante nas seleções do que é ou não notícia? Em terceiro lugar, serão as notícias orientadas principalmente para as “fontes oficiais”, com pouco espaço para as vozes alternativas na sociedade?

Como ficou explicitado, a sociologia do jornalismo aponta claramente para a tese de que a compreensão das notícias implica um conhecimento da cultura jornalística. Dito doutra maneira, não é possível compreender porque é que as notícias são como são sem uma compreensão dos profissionais que são os “agentes especializados” do campo jornalístico (Bourdieu, 1998). Este pressuposto teórico explica o foco central da nossa atuação ligada à exploração teórica. Através da exploração teórica, iremos tentar aprofundar os nossos conhecimentos dos jornalistas como uma “comunidade interpretativa” (Zelizer, 1993), conceito que defende que os jornalistas partilham “quadros de referência comuns”. Seguindo uma linha de pensamento sugerida por autores como Pierre Bourdieu, queremos definir melhor as características destes “agentes especializados”, os “contornos” do seu “microcosmos”, os traços fundamentais da sua cultura profissional. Será possível identificar valores noticiosos chave do “prisma” jornalístico, que operam na cobertura noticiosa? Indo mais longe, pretendemos testar a hipótese de os jornalistas constituírem uma “comunidade interpretativa” transnacional, seguindo neste caminho com uma análise comparativa de uma problemática social, a AIDS. Serão partilhados valores semelhantes pelos jornalistas dos quatro países do estudo de caso, Portugal, Espanha, Estados Unidos e Brasil?

Conceitos para compreender as notícias

O poder do jornalismo

No início do século XXI é comum sublinhar o poder dos *media*. Mas há quase oitenta anos, com a publicação de um livro intitulado *Opinião Pública*, o jornalista norte-americano Walter Lippmann apontou o seu papel fulcral nas sociedades modernas. No primeiro capítulo, intitulado “O mundo lá fora e as imagens nas nossas mentes”, Lippmann (1922) defendia que os *media* são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos, antecipando-se ao surgimento da teoria do agendamento, que postulava um poder dos *media* mais limitado.

O conceito de agendamento foi introduzido num artigo dos académicos Maxwell McCombs e Donald Shaw, publicado em 1972 na revista académica

Public Opinion Quarterly. A teoria inicialmente postulava que os *media* podem não dizer às pessoas como pensar sobre os assuntos, mas são bem sucedidos ao dizer às pessoas no que pensar. Mas, depois de mais de vinte anos de investigação sobre a teoria do agendamento, numa análise retrospectiva da evolução da investigação, McCombs e Shaw sustentaram que a teoria do agendamento é muito mais que a asserção de que as notícias influenciam aquilo em que as pessoas pensam. Escrevem McCombs e Shaw (1993:65):

A clássica exposição da marcação de agenda por Bernard Cohen (1963) – os *media* podem não nos dizer o que pensar, mas são surpreendentemente bem sucedidos quando nos dizem no que pensar – foi virada de pernas para o ar. Investigações recentes explorando as consequências da marcação de agenda e do enquadramento dos *media* sugerem que os *media* não só nos dizem no que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar.

A vasta literatura sobre o jornalismo reconhece o poder do jornalismo não apenas na projeção social dos tópicos, mas também no seu poder de enquadrar esses tópicos como um recurso de discussão pública (Molotch *and* Lester, 1974).

A notícia como construção, a notícia como “estória”

A teoria do agendamento sublinha uma forte mudança no paradigma dominante da teoria dos efeitos dos *media* e significa uma redescoberta do poder do jornalismo não só para selecionar os acontecimentos ou temas que são noticiáveis, mas também para enquadrar estes acontecimentos e/ou temas. A socióloga americana Gaye Tuchman (1976) argumenta que o conceito de “enquadramento” de Goffman aplicado às notícias é útil. Goffman (1975:10-11) define enquadramento como uma “ideia organizadora central para dar sentido a acontecimentos relevantes e sugerir o que é um tema”. Para Gitlin (1980:07), os enquadramentos dos *media* são “padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais os ‘*symbol-handlers*’ organizam rotineiramente o discurso, quer verbal quer visual”. Como afirmou Tuchman (1976:94), a notícia, através dos seus enquadramentos, oferece definições da realidade social; conta ‘estórias’.

Gaye Tuchman (1976) notou que, entre eles, os jornalistas falam de ‘estórias’ e não de acontecimentos. No entanto, os profissionais das notícias

resistem ao paradigma da notícia narrativa/construção apesar do fato de os jornalistas se referirem constantemente à notícia, no seu vernáculo profissional, como “estória”. Esta resistência ao conceito da narrativa é mais bem compreendida sob o brilho dos valores fundamentais da sua ideologia profissional. Sobre este ponto, Stuart Hall (1984:4) escreve:

Os jornalistas dizem: “Há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão autenticamente quanto possível através dos *media*, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu”. E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato mas uma construção (destacado no original).

A aversão dos jornalistas ao conceito de narrativa é resumida de forma eloquente por Itzhak Roeh. Roeh (1989:161) escreve:

O fenômeno mais impressionante no jornalismo ocidental, tanto na prática como na teoria, é a fé metafísica obstinada e conservadora de que a linguagem é transparente. Ou, de outra forma: o erro assenta na recusa dos jornalistas, mas também dos estudantes de jornalismo, em situar a profissão onde esta pertence, isto é, no contexto de expressão humana da atividade expressiva. É a recusa de lidar com a escrita das notícias por aquilo que é na essência – contar ‘estórias’.

Continua Roeh:

Paradoxalmente, até os jornalistas de língua inglesa, cujo calão diário está impregnado da noção de ‘estórias’, rejeitarão imediatamente qualquer sugestão de que o que fazem é ‘contar estórias’. A estratégia pela qual os jornalistas apresentam a sua personalidade profissional própria insiste em fatos, todos os fatos, nada mais senão fatos. Para jornalistas de língua não inglesa é ainda mais fácil negar que contam ‘estórias’. Apesar de desanimador, este é um dogma de fé universal, profundamente enraizado na comunidade profissional. Perguntem a um jornalista e ele dir-vos-á resolutamente: esta profissão não é contar ‘estórias’ (destacado no original).

O antigo jornalista e agora acadêmico Robert Darnton conta como escreveu uma notícia a propósito de uma criança que perdera a sua bicicleta, e mais tarde descobriu que a mesma ‘estória’ fora publicada no seu jornal anos antes. Darnton (1975:191) escreve:

Com certeza não suspeitávamos que determinantes culturais estavam a moldar o modo como escrevíamos acerca dos crimes em Newark, mas não nos sentávamos à máquina de escrever com as nossas mentes como uma tábua rasa. Devido à nossa tendência para vermos mais os acontecimentos imediatos do que os processos de longo prazo, não fazíamos caso do elemento arcaico no jornalismo. Mas o nosso conceito de ‘notícia’ era o resultado dos antigos modos de

contar 'estórias' (destacado no original).

Bird e Dardenne (1988/1993:265): defendem que “considerar as notícias como narrativas não nega o valor de as considerar como correspondentes da realidade exterior” e acrescentam que “as notícias enquanto abordagem narrativa não negam que as notícias informam, claro que os leitores aprendem com as notícias”. Gaye Tuchman (1976/1993:262) sublinha o mesmo ponto quando escreve “dizer que uma notícia é uma ‘estória’ não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna”.

Embora o paradigma das notícias como narrativa não signifique que as notícias são ficção, questiona o conceito das notícias como espelho da realidade. Este ponto foi claramente demonstrado pelo acadêmico Thomas Patterson (1997), que apontou o fato de que o volume de notícias sobre crime nos Estados Unidos duplicou em 1993 em relação a 1992, quando o número de crimes baixou. Escreve Patterson (1997:449):

Será que as notícias de um modo geral não transmitem um retrato preciso da sociedade? Os acadêmicos têm-se debruçado sobre esta questão comparando a cobertura mediática das condições sociais com indicadores estatísticos destas condições. Os resultados são desanimadores.

O campo jornalístico

Pode-se definir a modernidade como sendo a emergência de diferentes “campos”: universos relativamente autônomos de relações sociais. Segundo Pierre Bourdieu, a existência de um campo implica a existência de 1) um *enjeu* ou prêmio que é disputado por agentes sociais diversos, e 2) a existência de um grupo especializado que afirma possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados.

Para o objeto do nosso estudo, o “prêmio” desejado são as “notícias”, um expediente que diferentes “promotores” (Molotch e Lester, 1974) esperam usar nas suas estratégias de comunicação. O grupo especializado são os “jornalistas”, que afirmam saber o que outros não sabem, nomeadamente o que são notícias e como produzi-las. Para Bourdieu (1998:40), o “campo” é um “espaço social estruturado, um campo de forças, num campo de força”. A aparição de um grupo de “profissionais” implica a aparição de um campo

específico e diferenciado de relações competitivas. À medida que o tempo passa, o grupo especializa-se e os seus membros tornam-se verdadeiros “profissionais” que têm que dominar uma linguagem específica. A sua competência implica a incompetência dos “não profissionais”. A constituição de uma categoria socialmente distinta de “profissionais” significa autonomia porque a especialização significa autoridade.

O “campo jornalístico” começou a ganhar forma nas sociedades ocidentais, durante o século XIX, com o desenvolvimento do capitalismo e, concomitantemente, de outros processos que incluem a industrialização, a urbanização, a educação em massa, o progresso tecnológico e a emergência da imprensa como *mass media*. As notícias tornaram-se simultaneamente um gênero e um serviço; o jornalismo tornou-se um negócio e um elo vital na teoria democrática; e os jornalistas ficaram empenhados num processo de profissionalização que procurava maior autonomia e estatuto social.

O *Oxford Shorter Dictionary* explica que o significado mais antigo do adjetivo “professo” era aquele “que tomou os votos de uma ordem religiosa”. Por volta de 1675, a palavra tinha sido secularizada do seguinte modo: “que professa estar devidamente qualificado; profissional” (Hughes, 1963). Escreve Hughes (1963:656):

Os profissionais professam. Professam conhecer melhor que outros a natureza de certos assuntos, e conhecer melhor que os seus clientes o que os aflige ou aos seus assuntos. Esta é a essência da ideia profissional e da reivindicação profissional. Dela derivam muitas consequências. Os profissionais reclamam o direito exclusivo à prática.

Diversos autores têm notado que a profissionalização é uma tendência histórica que acompanha a industrialização e a urbanização. William J. Goode (1960) afirma que “uma sociedade industrializada é uma sociedade profissionalizada”.

Baseado num estudo de 18 ocupações, o sociólogo Howard L. Wilensky (1964:12) defende a posição de que existe uma “sequência típica de eventos” no processo de profissionalização: 1) trabalho em tempo integral, em que os praticantes demarcam a sua própria posição; 2) o estabelecimento de procedimentos de treino e seleção; 3) a formação de associações profissionais; 4) o esforço na busca de reconhecimento público e apoio legal ao seu controle sobre a entrada na profissão e os modos da prática; e 5) a elaboração de um

código de ética. Wilensky afirma que muitas ocupações se envolveram na “luta heroica pela identificação profissional”, mas poucas “a conseguiram” (p. 137). Evidentemente, determinar se os jornalistas “a conseguiram” tem sido a fonte de uma controvérsia recorrente dentro e fora do jornalismo há mais de dois séculos (McLeod *and* Hawley, 1964). Não obstante, jornalistas em inúmeros países por todo o mundo têm estado envolvidos (alguns mais cedo, outros mais tarde) num processo de profissionalização (Weaver, 1998), cuja importância é sublinhada por Walter Lippmann. Escreve Lippmann (1965):

À medida que a função de uma imprensa livre numa grande sociedade se torna cada vez mais exigente, movemo-nos na direção da profissionalização... Esta profissionalização crescente é, creio, a transformação mais radical desde que a imprensa se libertou do controle governamental e da censura.

A ideologia do profissionalismo defende que o praticante deveria não só ter independência e autoridade, mas também uma “identidade profissional” que tenha um impacto no “pensamento e comportamento através do desenvolvimento de ideologias profissionais distintas” (Philip Elliott (1972:311)). Como escreve Bourdieu (1996:11): “Cada profissão produz uma ideologia profissional, uma representação mais ou menos idealista e mítica de si mesma”.

Por ideologia, queremos dizer a existência de “sistemas de crença” através dos quais os praticantes dão sentido à sua experiência de trabalho. Situações de trabalho são sistemas de interação; as pessoas interagem em séries de relações que são sociais e também técnicas. Através destas interações há definições de papéis, expectativas recíprocas de desempenho de um papel; solidariedade de grupo, e o desenvolvimento e definição de grupos de referência. Como criaturas sociais, as pessoas participam em padrões de ação; falam a linguagem do seu grupo e pensam como pensa o seu grupo. Como indivíduos em grupos, desenvolvem estilos de pensamento a partir de um padrão infinito de resposta a situações comuns (Shoemaker *and* Reese, 1991).

O processo de profissionalização leva à ideia de portador e implica a existência de autointeresses específicos do grupo. Com a divisão do trabalho, o grupo desenvolve os seus próprios interesses ou, nas palavras de Molotch e Lester (1974) aplicadas aos jornalistas, as suas próprias “necessidades de acontecimentos”. A notícia, como nos recorda Patterson (1997), é uma forma

de contar ‘estórias’, e os jornalistas querem ‘estórias’ cativantes para contar. Os jornalistas discutem entre eles temas ligados à forma de contar ‘estórias’, questões sobre como contar uma história, estilos e gêneros a usar (Zelizer, 1993).

O processo de profissionalização leva à emergência de um grupo que desempenha funções sociais através de uma rede de relações formais e informais (Greenwood, 1957). O profissionalismo atravessa as fronteiras nacionais. Um estudo comparativo de jornalistas britânicos e alemães mostra diferenças significativas com respeito a se os jornalistas deveriam ou não ver-se a si mesmos como “um educador” ou “ocuparem-se de agravos”, mas revela também um forte acordo entre jornalistas dos dois países sobre se os jornalistas se deveriam ver a si mesmos como “um repórter neutro de acontecimentos” (81% de jornalistas alemães e 90 % de jornalistas britânicos) e “um guardião da democracia” (79 % de jornalistas alemães e 82% de jornalistas britânicos) (Kocher, 1986).

O processo de profissionalização leva à formação de grupos organizados, “dependentes de uma solidariedade cerrada, e dependentes de nos seus membros constituírem um grupo à parte com um *ethos* próprio” (Hughes, 1963:657, sublinhado acrescentado). Escreve Paul Weaver (1975:83):

As notícias são recolhidas e escritas por pessoas cuja ocupação a tempo inteiro consiste em recolher e escrever notícias. Pode assim dizer-se que os repórteres são especialistas – membros de uma comunidade ocupacional distinta que tem as suas tradições, preocupações e formas de fazer as coisas distintas. Inevitavelmente, as notícias refletem o *ethos* especializado da comunidade jornalística e são modeladas pelas suas estruturas e processos, mesmo que a intenção das notícias seja falar sobre, e englobar, as preocupações gerais do cidadão comum.

O processo de profissionalização leva à criação de uma cultura que requer ajustamentos como pré-requisito para o sucesso na carreira (Greenwood, 1957). Na verdade, para Greenwood, a existência de uma cultura é o atributo mais importante de uma profissão e consiste nos seus valores (crenças básicas e fundamentais, normas (guias de comportamento em situações sociais e um sistema elaborado da definição de papéis)), e símbolos (itens carregados de significado que incluem folclore, a identificação de heróis e vilões, e estereótipos do bom e do mau profissional). Pauly (1988) afirma que a independência se tornou, com o século XX, uma “pedra-chave” da “identidade profissional” (p. 255) e observa que os jornalistas inventam mitos

cujos antagonistas incluem o “demagogo político”, o “burocrata conivente”, o “leitor lúmpen” e, acima de todos, o “barão da imprensa” (p. 246).

A tribo jornalística

O processo de profissionalização no jornalismo tem levado à constituição daquilo a que Zelizer chamou uma “comunidade interpretativa” ou, como nós preferimos, uma “tribo” (Maffesoli, 1988).

O conceito de “comunidade interpretativa” é definido por Hymes (1980:2) como um “grupo unido pelas suas interpretações partilhadas da realidade”. Zelizer (1993:402) afirma que os jornalistas possuem um “enquadramento de referência partilhado para trabalhar”. Outros têm feito a mesma afirmação. Bourdieu (1998) defende que a prática jornalística é baseada numa “série de assunções e crenças partilhadas” (p. 47) e que os jornalistas partilham “estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas” (p. 36). O termo “tribo” tem o mesmo significado da expressão “comunidade interpretativa”, mas preferimos o termo pelo seu uso metafórico. Transmite mais claramente a ideia de que os membros desta “comunidade interpretativa” são similares ao “biscateiro” (“*bricoleur*”) do antropólogo Claude Lévi-Strauss, isto é, o adepto do faça-você-mesmo no desempenho de muitas tarefas, que usa uma lógica das mãos e dos olhos – a lógica do concreto – no seu trabalho diário (Philips, 1976). O termo “tribo” transmite também a ideia de que os membros desta comunidade são homens e mulheres de ação, marcados por uma atitude de anti-intelectualismo que é um “constrangimento cultural no mundo do jornalismo.” (Bourdieu, 1998:58).

Não é este o local para apresentar mesmo uma breve descrição dos vários esforços que têm sido apresentados durante os últimos cinquenta anos para explicar porque é que as notícias são o que são, da teoria do *gatekeeper* de David Manning White (1950) às teorias “construcionistas” de Hall *et al.* (1978) e Tuchman (1978). Com a exceção do modelo “propaganda *framework*” de Herman e Chomsky (1988) existe, contudo, acordo em que: 1) os jornalistas têm um grau de “autonomia relativa”; e 2) as notícias não podem ser compreendidas sem uma compreensão da cultura jornalística. O primeiro ponto já foi discutido; o segundo merece agora atenção acrescida.

Thomas Patterson (1997) assinala que a notícia é um relato altamente selecionado da realidade. O mundo oferecido aos leitores/espectadores é uma “imagem refratada” que passa através de um “prisma” – os valores-notícia da comunidade jornalística, tais como o novo, o fora de uso, o sensacional e o controverso. A política, através do prisma da notícia, é principalmente acerca da luta pelo poder, subordinada ao drama do conflito e da controvérsia, enlameada nas metáforas do campo de batalha e focada nos meios, e não nos fins (Patterson, 1997:449-450).

O conceito de prisma usado por Patterson é notavelmente semelhante ao conceito de “óculos” usado por Pierre Bourdieu. Para Bourdieu (1998), o jornalismo é um microcosmos e os jornalistas partilham “estruturas invisíveis que organizam a percepção e determinam o que vemos e não vemos” (p. 19). Escreve Bourdieu (1998:19): “Os jornalistas têm ‘lentes’ especiais através das quais veem certas coisas e não veem outras, e através das quais veem as coisas que veem da forma especial por que as veem”.

Quer se prefira o termo “prisma”, ou “óculos”, ou, como nós preferimos, “uma forma de ver”, o argumento consiste no fato das notícias serem marcadas em diferentes sociedades democráticas por similitudes significativas devido aos valores-notícia partilhados que são uma parte importante da cultura jornalística. Escreve Bourdieu (1998:23):

O mundo jornalístico é um mundo dividido, cheio de conflitos, competição, e rivalidades. Dito isto, a minha análise permanece válida no aspecto em que os produtos jornalísticos são muito mais parecidos do que o que geralmente se pensa. As diferenças mais óbvias, nomeadamente as tendências políticas dos jornais – as quais, de qualquer modo, devemos dizê-lo, se estão a tornar cada vez menos evidentes... – escondem as similaridades profundas (itálico no original).

Outros autores têm apontado a importância da existência de uma cultura noticiosa comum. Altheide (1976) argumenta que os jornalistas partilham “um pensamento de grupo”. Atwater e Fico (1986) observaram que as semelhanças na cobertura noticiosa sugerem um sistema de valores comuns entre as organizações – um sistema reforçado pela grande proximidade, a partilha de informação, e a observação do trabalho de outros jornalistas. Estudos empíricos de Gold e Simmons (1963) e de Buckalew (1967) descobriram ambos uma grande sobreposição na cobertura noticiosa, os primeiros em 24 jornais no Iowa e o segundo entre editores de televisão.

Uma das consequências de um “pensamento de grupo” comum é aquilo a

que se chama “jornalismo em pacote”, isto é, os fenômenos frequentemente observados de uma legião de jornalistas cobrindo a mesma história da mesma maneira. Timothy Crouse (1972) observou como os membros da tribo jornalística – os seus “rapazes no ônibus” – contam fortemente uns com os outros. Nimmo e Combs (1983) afirmam que a tendência dos jornalistas para se seguirem uns aos outros é maior quando as notícias se baseiam em rondas regulares e acontecimentos previsíveis, ou durante a cobertura de crises quando a informação fiável é escassa. Shields e Dunwoody (1986) descobriram que os jornalistas se acompanham uns aos outros e partilham informação com os concorrentes rotineiramente.

O cerne da questão é que ninguém segue as notícias tão de perto como os jornalistas. Os jornalistas monitorizam a cobertura uns dos outros. Mesmo quando não estão em contato direto, os jornalistas confiam fortemente no trabalho uns dos outros, como prática institucionalizada, para ideias de histórias e confirmação dos seus critérios noticiosos. Breed (1980) observou que os jornalistas consomem avidamente o trabalho de outros jornalistas. Gans (1979:170) descobriu que um jornalista tinha melhores hipóteses de “vender” uma ideia noticiosa a um editor se ela já tivesse sido noticiada por outra organização. Reese e Danielson (1989) sublinharam a importância desta “influência *intermedia*” na cobertura noticiosa da “crise da Cocaína” em 1986 entre os jornais e a televisão. No seu estudo da cobertura noticiosa da presidência de Reagan, Hertsgaard (1988) observou quão cuidadosamente as três emissoras (*ABC*, *NBC* e *CBS*) monitorizaram as respectivas coberturas noticiosas.

A “influência *intermedia*” leva a uma situação de insularidade entre os jornalistas. Escreve Sigal (1973:180-181):

Enquanto os repórteres seguirem as mesmas rotinas, adotando os mesmos valores profissionais e tomando-se uns aos outros como padrões de comparação, a reportagem tenderá a ser insular e autorreforçadora. Mas é precisamente dessa insularidade que os jornalistas precisam. Fornece-lhes um pouco de certeza que lhes permite agir num ambiente, aliás, incerto.

O resultado líquido é uma espécie de “jogo de espelhos” que produz um efeito formidável de encerramento mental” entre os membros da tribo jornalística (Bourdieu:1998:24).

Num ambiente de incerteza, a velocidade é de uma importância vital. A

notícia é um artigo deteriorável. Como sublinham Ericson, Baranek e Chan (1987), um jornalista é julgado competente não só porque possui o jeito e o conhecimento apropriados, mas também por causa da capacidade de mobilização desse jeito e desses conhecimentos antes do prazo-limite, de forma a provar que consegue dominar o tempo, e não ser dominado por ele. A ênfase na ação está no centro do profissionalismo jornalístico. Como escreve Schlesinger (1977:348): “Ser profissional deste modo não é simplesmente uma questão de preencher certos critérios partilhados de competência. É também uma questão de sentir certas coisas, de ‘ter aquela velha dose de adrenalina’ “.

Um fator proeminente da cultura jornalística, o qual poderíamos argumentar ser partilhado por jornalistas através de todas as fronteiras nacionais, é aquilo a que Schlesinger (1977) chama a relação fetichista que os jornalistas têm com o tempo. Essa relação não só determina quem é competente, mas revela também uma obsessão com minutos e segundos que poucos fora da comunidade conseguem entender como racional. Num jantar promovido pelo Shorenstein Center, o secretário e diretor do *New York Times*, Arthur Ochs Sulzberger Jr., demonstrou muito claramente a sua qualidade de membro da tribo jornalística, quando se vangloriou do fato de o seu jornal ter batido o *Wall Street Journal* numa história financeira por... 32 segundos.

As forças do mercado (McManus, 1994), estrangimentos organizacionais (Breed, 1955; Epstein, 1973), rotinas (Tuchman, 1978), acesso estruturado ao campo jornalístico (Hall *et al.*, 1978), para mencionar alguns dos fatores principais que influenciam o processo de produção de notícias, ajudam certamente a modelar a notícia, mas, poderíamos argumentar, de acordo com Patterson (1997), Bourdieu (1998) e Zelizer (1993), que as notícias são produzidas por profissionais que partilham uma “forma de ver” comum, isto é, uma cultura noticiosa comum. Por consequência, a nossa hipótese é que os jornalistas são uma comunidade ou tribo interpretativa transnacional, e que a cobertura noticiosa em países diferentes revela semelhanças significativas, testadas aqui através de um exame da cobertura noticiosa da AIDS.

Parte I

Uma comunidade interpretativa

Capítulo 1

Ser ou não ser jornalista?

Nos primeiros capítulos do Volume 1^{NE} deste livro, foi seguido o conselho do filósofo e político romano Cícero que escreveu há mais de dois mil anos estas palavras sábias: “Desconhecer a história é permanecer criança para sempre”. Assim, tivemos a oportunidade de apresentar a trajetória histórica do jornalismo nas sociedades democráticas: a sua constituição num “campo” com os dois polos econômico e ideológico, a emergência de um recurso social – as notícias – que foi definido simultaneamente como um negócio e um serviço público, a formação de um grupo profissional que reivindicam um monopólio de saber – precisamente o que é e como são construídas as notícias.

O jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem as suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos nos jornais; um número crescente de pessoas passou a dedicar-se a tempo inteiro a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação, e não propaganda. Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e a noção do jornalismo como um serviço ao público – uma constelação de ideias que dão forma ao emergente “polo ideológico” do campo jornalístico.

Durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo – a chamada “*penny press*” – os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando com objetivo fundamental o aumento das tiragens. Com o objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas nos fatos.

Assim, no século XIX, verificamos a emergência de um novo paradigma – informação, não propaganda – que é partilhado entre os membros da sociedade e os jornalistas; a constituição de um novo grupo social – os

jornalistas – que reivindica um monopólio do saber – o que é notícia; e a comercialização da imprensa – a informação como mercadoria, visível com o surgimento de uma imprensa mais sensacionalista nos fins do século, aquilo que se chamou o “jornalismo amarelo” nos Estados Unidos. Numa história universal do jornalismo, cada vez mais visível na era da globalização, dois processos fundamentais marcam a evolução da atividade jornalística: 1) a sua comercialização; e 2) a profissionalização dos seus trabalhadores.

Os jornalistas não foram exceção à tendência histórica da profissionalização. Pelo contrário, acompanharam, embora com algum atraso, todo um processo que se intensificou, como já tivemos a oportunidade de sublinhar, com a industrialização e a urbanização das sociedades no século XIX. E, em todos os países, os jornalistas não foram exceção quanto aos objetivos essenciais do processo de profissionalização: 1) maior liberdade e autonomia; e 2) um estatuto social identificado com as profissões dos médicos e advogados. O sociólogo francês Denis Ruellan escreve que se considerarmos o profissionalismo como processo de maturidade de um grupo, então há também um percurso em direção ao reconhecimento de uma competência específica. Os jornalistas professam; professam saber o que é notícia e como escrevê-la.

A teoria democrática reconhece certamente que os jornalistas têm uma competência específica que é identificada em primeiro lugar com o fornecimento de informação à sociedade, isto é, das notícias. É suposto os jornalistas saberem o que é notícia e resistir a qualquer invasão daquilo que Wilensky (1964) chamou um “monopólio de perícias”, e Pierre Bourdieu (1998) designou por um “monopólio de saberes.” Assim, embora os jornalistas tenham falhado nas suas tentativas de “delimitar” o seu campo de trabalho, conseguiram definir uma identidade profissional ligada a papéis sociais claramente definidos que examinaremos mais adiante quando discutirmos a cultura jornalística. Como sublinha Ruellan (1997:155), existe um reconhecimento coletivo das responsabilidades específicas que os jornalistas têm no “espaço público”, responsabilidades julgadas essenciais ao funcionamento de todo o sistema democrático, responsabilidades que constituem elementos importantes de toda uma cultura profissional, responsabilidades que estão associadas a toda uma mitologia que foi

construída ao longo dos últimos séculos.

Para Greenwood, a existência de uma cultura profissional é o atributo mais importante de uma profissão, e, neste ponto, o jornalismo tem uma das culturas profissionais mais ricas, se não a mais rica, identificado como é com os valores mais nobres na história da Humanidade, como é, por exemplo, o valor da liberdade. Na literatura sobre as profissões, outros autores sublinham com uma terminologia diferente que os membros de uma profissão partilham “uma comunalidade determinada por um quadro partilhado de referência” (Zelizer, 1993:402). Segundo McLeod e Hawley (1964:538), os membros de uma profissão, não os operários, “tendem a exhibir padrões distintos de julgamento cognitivo e atitudes específicas divergentes”. McLeod e Rush (1969a:584) defendem que a profissionalização de uma ocupação envolve “o estudo de um conjunto de papéis”. Oguz Nayman *et al.* (1973:73) afirmam que uma profissão caracteriza-se por “uma comunidade mais ou menos homogênea cujos membros partilham identidade, valores, definição de papéis e interesses”. Para Boyd-Barrett (1979:310), uma profissão envolve “um conjunto distintivo de significados que são afirmados”. No seu livro, *A sociologia das profissões*, Philip Elliott (1972) aponta para a existência de “crenças comuns” e define a cultura do grupo como “sabedoria coletiva”. Escreve Elliott (1972:131): “A adoção de uma identidade profissional tem um impacto no pensamento e no comportamento através do desenvolvimento de ideologias profissionais distintas.”

Se os jornalistas não foram capazes de fechar o seu “território” de trabalho, foram capazes de forjar uma forte identidade profissional, isto é, uma resposta bem clara à pergunta “o que é ser jornalista”, parte de toda uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias. A vasta cultura profissional dos jornalistas fornece um modo de ser/estar, um modo de agir, um modo de falar, e um modo de ver o mundo – tema deste capítulo. Os jornalistas lutaram para ganhar um estatuto social comparado ao das profissões liberais, e nos mais de 150 anos de luta (ainda em continuação) constituíram-se uma “comunidade interpretativa” em que os novos “agentes especializados” encontram uma legitimidade social num processo circular entre os jornalistas e a sociedade, na aura da teoria democrática. Têm uma vasta

cultura rica em valores, símbolos, e cultos, que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da “tribo” e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição da maneira como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo).

O imediatismo

Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo chamado “Novaslândia”, a paisagem desse país estaria marcada, em todo e qualquer lugar, pela presença de relógios. O fator tempo define o jornalismo, como exprime Weaver (1975/1993), como “relatos atuais sobre acontecimentos atuais”. Mais, o fator tempo condiciona todo o processo de produção das notícias, porque o jornalismo é marcado por horas de fechamento.

Enquanto o valor da “objetividade” continua a provocar imensa polêmica (mas não a noção do profissional equidistante em relação aos diversos agentes sociais), o valor do imediatismo reina incontestável, ainda mais com a emergência do *cibermedia*. O imediatismo é definido como um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo (dias, horas, segundos) que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento.

As notícias são vistas como um “bem altamente perecível”, valorizando assim a velocidade. O imediatismo age como medida de combate à deterioração do valor da informação. Os membros da comunidade jornalística querem as notícias tão “quentes” quanto possível, de preferência “em primeira mão.” Notícias “frias” são notícias “velhas”, que deixaram de ser notícia.

Em termos logísticos, o valor do imediatismo leva ao reforço da importância da capacidade performativa dos jornalistas de uma empresa na montagem da cobertura. Com as capacidades tecnológicas atuais, o valor do imediatismo dá primazia, nesta era audiovisual, ao “direto”, que representa o estado “puro” do imediatismo. Num campo marcado pela concorrência (Bourdieu, 1997), a importância deste valor estabelece a própria lei do ganho do jornalismo: quem ganha é quem primeiro dá a notícia. Schlesinger (1977/1933:180) refere-se a este ponto quando cita um jornalista da *BBC*:

Do ponto de vista profissional, ficamos satisfeitos por termos chegado ao local à frente do ITN e termos conseguido o filme quando o avião estava a começar a incendiar-se. Quando se tem uma notícia deve-se dá-la o mais depressa possível. Não se consegue saber todas as contingências (sublinhado no original).

Esta opinião foi corroborada ao mais alto nível no departamento de informação, escreve Schlesinger. O editor enviou um memorando de agradecimento à Redação, elogiando a equipe de filmagens em questão “pelos nossos bem sucedidos esforços em trazer o acidente do ‘Tridente’ para o écran. Fornecemos um serviço noticioso mais completo e mais rápido que qualquer outro”.

Como sublinha o trabalho acadêmico do sociólogo britânico, tão importante para uma compreensão teórica do jornalismo como o trabalho de Gaye Tuchman ou Pierre Bourdieu, o valor do imediatismo é tão forte entre os membros da tribo, que os jornalistas têm uma relação “fetischista” com o tempo. Ser obcecado pelo tempo é ser jornalista de uma forma que os membros desta comunidade interpretativa consideram ser especialmente sua, quase como um ato de fé num deus chamado Kronos.

O valor do imediatismo traduz, melhor dito, exprime como o fator tempo constitui o eixo central do campo jornalístico. Como escreve Schlesinger (*ibidem*):

Quando examinamos as notícias como uma forma cultural específica, torna-se rapidamente claro que estudar os conceitos temporais e o seu papel na produção é tão relevante como as áreas mais estudadas dos valores-notícia, objetividade e profissionalismo.

Por isso, o sociólogo britânico Schlesinger fala da empresa jornalística como uma “máquina do tempo” que funciona diariamente marcada pelas “horas de fechamento”. Acrescenta Schlesinger: “A compreensão do sistema de produção que dá origem às notícias aumenta quando o fator tempo é realçado” (1993:178).

A organização jornalística funciona dentro de um ciclo temporal. O ciclo do “dia noticioso” impõe limites na natureza das notícias. Há que organizar a aparente instabilidade dentro de um ciclo diário no qual cabem esses produtos. A urgência é um valor dominante. O planejamento é importante. Seria enganoso pensar que esta “corrida” contra as “horas de fechamento” está unicamente restrita ao ciclo do “dia noticioso”. Uma parte da atividade jornalística é planejada antes do dia em que os acontecimentos cobertos têm

lugar. Um tal planejamento identifica os “acontecimentos futuros” numa tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos.

As empresas jornalísticas têm os seus próprios ritmos, e esse fator poderá ter consequências sobre a cobertura jornalística do acontecimento (ver Traquina *et al.*, 2001d), ou da problemática, ou, mesmo, de qualquer movimento social, como Tuchman (1978) demonstrou bem na sua análise da cobertura jornalística norte-americana do movimento feminista.

Os conceitos de tempo utilizados pelos jornalistas no curso da produção jornalística são de importância primordial na sua cultura profissional, pondo a sua marca altamente distinta na sua abordagem à realidade social. Escreve Schlesinger (1977/1993:180):

É importante ter em conta que embora os valores temporais existentes na produção das notícias tenham de fato a sua origem nas condições de mercado em que as notícias sempre se produziram, o que hoje encontramos como uma ênfase específica no trabalho rápido é produto de uma apropriação histórica desses valores que fazem parte de uma cultura jornalística relativamente autônoma.

Como escreve Schlesinger (1977/1993:189):

Os jornalistas têm uma interpretação cultural específica do verdadeiro significado do seu trabalho, na base do qual estão a excitação e o perigo que advêm do fato de depararem com apertadas horas de fechamento. Tornar-se num controlador, transcendendo por isso o caráter caprichoso, sacrificador, da notícia, é o que faz o trabalho noticioso tão excitante (sublinhado acrescentado).

O sociólogo Michael Schudson (1986) sublinha também o papel nevrálgico do fator tempo na cultura jornalística descrevendo os jornalistas como pessoas com uma “cronamentalidade”. Schlesinger sublinha o mesmo ponto quando descreve os jornalistas como “membros de uma cultura cronometrizada” (1977/1993:178).

Uma competência profissional específica

A relação entre o fator tempo e o jornalista é tão fundamental que constitui um fator central na definição da competência profissional. Ser profissional implica possuir uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele.

Escreve Schlesinger (1977/1993:188):

Por definição, o imprevisto está ao virar da esquina. Os jornalistas estão por isso aptos a descreverem-se e ao seu trabalho de forma fatalista. Eles veem-se como vítimas e contam este tipo de ‘estória’: ‘a sala de redação está calma, a atividade e a rotina estão controladas. Então ‘rebenta a bomba’. Ou, como diriam os sociólogos, um elemento qualitativamente distinto de experiência, entra na situação de forma dramática. Acabara de estourar uma grande ‘estória’: os recursos têm de ser mobilizados e os planos abandonados.

Continua Schlesinger:

A ‘estória’ é contada de uma forma que expressa o modo como a operação entra na engrenagem, em turbilhão. A cadência de trabalho torna-se frenética, absorvente. Os repórteres podem ter de abandonar uma tarefa de repente... Os editores têm de tomar decisões rápidas. ‘Tudo acontece’ num episódio de atividade de fogo concentrado. As expressões são curtas, por vezes rudes; os movimentos rápidos; a atmosfera tensa; o nível de som vai aumentando (*ibidem*).

Ser profissional, portanto, é não ser vítima, mas conquistador do tempo.

A ênfase na ação está no centro do profissionalismo, reside no controle da ação, e não em ser vitimado pela cadência. Devido ao fato de as organizações jornalísticas funcionarem dentro de um ciclo estruturado em função de marcos temporais, não é de estranhar que o verdadeiro teste de competência profissional resida na capacidade de o jornalista deixar de ser vitimado pela cadência frenética imposta pelas horas de fechamento e passar a controlar o tempo. Para Ericson, Baranek e Chan (1987:113), esta capacidade performativa implica possuir um conjunto de saberes profissionais que constituem o “vocabulário de precedentes”

O vocabulário de precedentes é definido como “a progressiva articulação verbal do estado corrente de saber de reconhecimento, de procedimento e de narração, requerida para efetuar um desempenho competente do trabalho”. Os autores sublinham que a aprendizagem deste “vocabulário” constitui um processo sutil, de acumulação, baseado na experiência e nas transações diárias com colegas, fontes, superiores hierárquicos e textos jornalísticos. Para Ericson, Baranek e Chan (1987), o vocabulário de precedentes é constituído pelo “saber de reconhecimento”, o “saber de procedimento”, e o “saber de narração”.

O “saber de reconhecimento” é a capacidade de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia; aqui o jornalista mobiliza os critérios de noticiabilidade, um conjunto de valores-notícia (tais como a notoriedade, o conflito, a proximidade geográfica (ver Galtung, 1965/1993; Wolf, 1986), o seu “faro para a notícia”, a sua “perspicácia noticiosa”, ou seja,

nas palavras de Tuchman (1972/1993:85), essa “capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas”.

O “saber de procedimento” é o segundo saber apontado por Ericson, Baranek e Chan. Depois de reconhecer as ocorrências ou as questões com valor-notícia, o jornalista precisa mobilizar o “saber de procedimento”, ou seja, os conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para elaborar a notícia. A competência noticiosa implica também o conhecimento específico de identificação e verificação dos fatos.

Outro aspecto fundamental da competência jornalística é o conhecimento das regras acerca das fontes de notícias e a execução das três generalizações básicas seguintes acerca delas: a) a maioria dos indivíduos, como fontes de notícias, têm algo a defender. Para ser credível, um indivíduo deve provar ser seguro como fonte de informação, através de um processo de tentativa e erro; b) alguns indivíduos, tais como os presidentes de comissões, estão numa posição em que sabem mais que qualquer outra pessoa na organização. Apesar de terem algo a defender, a sua informação é provavelmente mais ‘exata’ porque têm mais ‘fatos’ à sua disposição; c) instituições e organizações: os procedimentos concebidos para proteger, quer a instituição, quer as pessoas que entram em contato com ela, têm significados. O significado, tanto de uma informação como de um ‘*no comment*’ (ou ‘o assunto é tabu’), deve ser pesado de acordo com o conhecimento que o jornalista tem dos procedimentos institucionais (Tuchman, 1972:672). As perguntas essenciais são: Como verificar os fatos? Quem contactar? Quem são as fontes? Como contactar essas fontes? Como lidar com as fontes? Que perguntas colocar? Como compreender certas respostas?

Finalmente, o “saber de narração” consiste na capacidade de compilar todas essas informações e “empacotá-las” numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante. Tuchman diz que a seleção do *lead* da pirâmide invertida (um aspecto problemático da reivindicação de objetividade profissional), mesmo assim, mitiga a dificuldade (de estruturar a notícia) ao apontar a fórmula noticiosa familiar do “quem”, o “quê”, “onde”, “quando”, “porque” e “como”. Estes seis “servidores da notícia” são conhecidos como os “fatos” mais materiais acerca da ‘estória’ (Tuchman, 1972:670).

O “saber de narração” também implica a capacidade de mobilizar a

linguagem jornalística, o chamado “jornalês” (Phillips, 1976/1993), com as suas regras estilísticas (uma sintaxe direta e concisa, as palavras concretas, a voz ativa, a descrição detalhada, a precisão do pormenor).

Mas a narrativa noticiosa tem um padrão de continuidade tal que permite o reconhecimento por parte das audiências. Por exemplo, Bird e Dardenne (1988/1993) escrevem que cada notícia sobre crime é escrita sobre um pano de fundo de outras notícias sobre crime. As notícias do tipo “escândalo” mobilizam igualmente uma estrutura narrativa já conhecida pelo público, algo que nos diz, parafraseando Shakespeare, “há algo de podre no jardim à beira-mar plantado”. Assim, o “saber de narração” implica o conhecimento de todo um “inventário de discurso” (Hall, 1984), isto é, a mobilização de todo um catálogo de “estórias” que permite aos jornalistas completarem o seu trabalho, “dando-lhes um esqueleto sobre o qual colocam a carne da nova “estória”” (Bird e Dardenne, 1988/1993:269). Para Galtung e Ruge, (1965/1993), o valor-notícia de consonância corresponde a esse esforço do jornalista em encaixar novas situações em velhas definições. Assim, a utilização do sufixo “*gate*” tornado famoso no jornalismo pelo caso “*Watergate*”, permitindo a fácil identificação de uma nova reconfiguração do mesmo corpo, do mesmo “inventário de discurso” (Hall, 1984).

A capacidade profissional, ou performativa, implica a mobilização destes saberes em tempo útil.

Uma maneira de agir

Os jornalistas são homens e mulheres de “ação” e não “pensadores”, como os académicos (ver Phillips, 1976/1993). Os académicos ocupam-se de um exame reflexivo. Reúnem informação de modo a construir ou verificar a teoria, ajustando fatos concretos aos enquadramentos teóricos. Os académicos procuram regularidades, padrões entre os acontecimentos e proposições universais que têm as suas raízes na reflexão teórica, e não na participação pessoal.

Os jornalistas são pragmáticos; o jornalismo é uma atividade prática, continuamente confrontada com “horas de fechamento” e o imperativo de responder à importância atribuída ao valor do imediatismo. Não há tempo

para pensar, porque é preciso agir.

Segundo Bárbara Phillips (1976/1993), os jornalistas são, por consequência, conhecedores não teóricos que dependem dum contato, concreto, em primeira mão, instintivo, com os acontecimentos. Phillips (1976/1993:328-329) faz a seguinte comparação:

Quando os cientistas ou filósofos olham para um fato ou acontecimento discreto, eles ‘leem-no’ através de conceitos que provêm geralmente de uma teoria’. Em contraste, os jornalistas concretizam. Quando testemunham ou ouvem algo acerca de um acontecimento, os pormenores concretos tornam-se nos focos de interesses, e estes pormenores concretos estão conceitualizados na suas posições comuns.

Phillips defende que os jornalistas estão próximos do empírico primitivo do antropólogo Claude Lévi-Strauss, o “*bricoleur*”, que, no seu livro *O Pensamento Selvagem*, ele apresenta como o que utiliza a lógica das mãos e dos olhos, isto é, a lógica do concreto. É precisamente esta lógica, que reina entre os membros da tribo jornalística, que explica a importância que os jornalistas dão à reportagem na sua cultura profissional. A reportagem se entende como a essência do jornalismo, isto é, como a forma mais “verdadeira” de ser jornalista. Assim, no espaço simbólico da sua cultura profissional, “*les chevaliers*” da profissão são os repórteres, os correspondentes estrangeiros e os correspondentes de guerra.

A postura epistemológica do jornalista, a prioridade que é dada à ação sobre a reflexão, explica a dificuldade que os jornalistas têm em responder a uma pergunta tão central da sua atividade profissional – o que é notícia, ou seja, quais são os critérios de noticiabilidade que utilizam no processo de produção das notícias. Como já foi sublinhado, os jornalistas reivindicam o monopólio de um saber especializado, precisamente o saber de produzir notícias. Ser jornalista é saber não só elaborar a notícia: é ter uma perspicácia profissional, possuir uma “perspicácia noticiosa”.

No seu estudo sociológico sobre os jornalistas, Tuchman (1972/1993:85) escreve que esta capacidade parece ser “um conhecimento sagrado”, que diferencia os jornalistas das outras pessoas. É significativo o fato de os jornalistas, na sua gíria profissional, referirem-se a esta capacidade como tendo “faro para a notícia”, ou, na gíria norte-americana, ter o chamado “nariz para a notícia” – uma expressão que capta bem a influência da epistemologia praticada, nomeadamente, na ligação estabelecida na cultura profissional entre

este saber e o papel do instinto. Tuchman (1978) descobriu que os jornalistas têm uma enorme dificuldade em explicar objetivamente quais são os critérios de noticiabilidade que utilizam, precisamente devido à sua maneira de agir que privilegia a ação.

A maneira de agir dos jornalistas está intimamente ligada ao saber de procedimento.

Uma maneira de falar

O jornalismo é também uma prática discursiva. Ao longo da história, os jornalistas desenvolveram uma maneira própria de falar, isto é, uma linguagem – o **jornalês**.

Uma das características principais desta fala, desta escrita, é a sua qualidade de ser compreensível. Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes numa sociedade. Para atingir este público heterogêneo, a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível: a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas); d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto.

Para além de ser compreensível, o discurso jornalístico é um discurso que deve provocar o desejo, o desejo de ser lido/ouvido/visto. Assim o “jornalês” exprime-se de uma forma viva através da voz ativa. Em certos gêneros jornalísticos, nomeadamente a reportagem, o “jornalês” caracteriza-se pelas seguintes características: a) o realismo gráfico; b) a criação de ambientes, com a utilização de palavras concretas e a descrição detalhada para transmitir a sensação de que “se está ali”; e c) a utilização de metáforas, em que as metáforas são úteis para a dramatização do acontecimento. Como escreve Barbara Phillips (1976a/1993:327), o realismo jornalístico baseia-se na “precisão dos pormenores e das particularidades concretas”. Phillips (*ibidem*) escreve:

Enquanto o artista literário tenta fornecer um quadro real, tentando resolver as contradições entre as aparências e a realidade, entre o particular e o universal, o repórter tem um objetivo diferente: apreender o momento, captar a história no seu momento presente. Para atingir este objetivo, o repórter interpreta a ação humana através da seleção de detalhes tirados dela, em vez

de tecer comentários acerca da mesma.

O “jornalês” é geralmente forçado a um formato específico na imprensa: a pirâmide invertida, que se tornou dominante no jornalismo norte-americano por volta de 1900. A pirâmide invertida é um dispositivo desequilibrado que faz a listagem de unidades de informação na ordem decrescente da sua presumível importância. Assim, o formato jornalístico impõe uma estrutura nos acontecimentos. Nas reportagens televisivas, por exemplo, as “estórias” têm um princípio, um meio e um fim.

A maneira de falar dos jornalistas está intimamente relacionada com o saber de narração.

Uma maneira de ver

Devido aos valores-notícia, assunto que iremos examinar de forma detalhada no próximo capítulo, os jornalistas formam hábitos mentais, isto é, maneiras de ver. Como veremos, devido aos valores-notícia de construção, como, por exemplo, a simplificação, e aos valores-notícia de seleção, como, por exemplo, o conflito, a maneira de ver dos membros da tribo jornalística privilegia uma visão bipolar – o mundo é estruturado em polos opostos: o bem e o mal, o pró e o contra etc. As regras de objetividade, bem como a vontade de simplificar e/ou estruturar o acontecimento de forma dramática, explicam esta visão bipolar.

A unidade de análise que é privilegiada pelo jornalismo é o acontecimento. A importância do “imediatismo” como valor fundamental da profissão, bem como o imperativo para os jornalistas de responderem à pergunta básica “o que há de novo?”, combinam-se para levar o jornalismo a privilegiar a cobertura de acontecimentos. Tuchman (1978:134) afirma que o trabalho jornalístico é uma atividade prática diária, cujo ritmo exige uma ênfase nos acontecimentos, e não nas problemáticas. Patterson (1997/2000:82) sublinha o mesmo ponto quando escreve:

Os jornalistas reagem menos à procura urgente de temas do que ao implacável ciclo de vida das notícias. Cada dia é um começo do zero, uma nova realidade. A novidade é premiada e a sua infalibilidade também. Os jornalistas têm de ter uma ‘estória’ para contar, e ela tem de ser sempre diferente da de ontem. A velocidade do ciclo noticioso e a procura implacável de ‘estórias’ novas afasta o jornalista de certos desenvolvimentos e direciona-o para outros.

Phillips (1976/1993) escreve que o formato jornalístico torna difícil estabelecer relações entre os acontecimentos, porque a unidade de análise dos

meios de comunicação social é a notícia – uma partícula da “realidade”. Segundo Phillips, o resultado, tanto nos *media* noticiosos escritos como nos eletrônicos, é um efeito de mosaico, uma “caleidoscópio de formas da realidade superficial em contínua mudança” (Phillips, 1976a/1993:328).

A visão desta comunidade interpretativa tem outra característica fundamental: sofre de miopia. É uma visão que temporalmente é limitada. Como escreve Patterson (1997/2000), o tempo das notícias é um tempo de vistas curtas. O jornalista norte-americano James Reston, do *New York Times*, descreveu o processo da reportagem como “a busca estimulante atrás do Agora” (citado em Taylor, 1990). Na sua análise comparativa das notícias de jornal e das notícias de televisão, Paul Weaver (1975/1993) sublinha a importância de uma “dupla contemporaneidade” – o presente como “assunto” e o presente como a perspectiva no tempo em que é descrito.

Orientado pelo presente, o jornalismo fornece muito *foreground* e pouco *background*. Sobre este ponto, Schlesinger (1977/1993:188) escreve:

A notícia, como surge diariamente, e como é concebida, está em oposição radical à história. De fato, o sistema de ciclos ao longo do dia noticioso tende para a abolição da consciência histórica, criando uma perpétua série de primeiro planos, à custa do aprofundamento e do *background*.

Num estudo sobre a cobertura jornalística norte-americana da Guerra do Golfo, Dorman e Livingston (1994:66) concluíram que “as relações históricas recentes entre Iraque e os Estados Unidos foram quase completamente ignoradas”.

Durante o período entre 2 de agosto de 1990 (dia da invasão de Kuwait por parte do Iraque) e o dia 8 de novembro do mesmo ano (dia do anúncio da mobilização de mais 150.000 soldados para o Golfo Pérsico), em 4.214 notícias publicadas nos jornais *New York Times* e *Washington Post*, menos de 1 por cento fez referência ao apoio do governo norte-americano ao regime de Saddam Hussein durante os anos 1980, em que os Estados Unidos apoiaram o Iraque na sua guerra contra o Irã.

Outra característica da maneira de ver desta comunidade interpretativa é também a tendência para estruturar os acontecimentos em torno dos indivíduos. As ‘estórias’ de “interesse humano” centram-se em indivíduos em situações contingentes ou em paradoxos atuais. Essas ‘estórias’ salientam a violação daquilo que se espera. Como iremos ver, um dos valores-notícia de

construção é a personalização dos acontecimentos, como aconteceu, por exemplo, na cobertura jornalística da Guerra do Golfo, em que a ‘estória’ que é contada foi frequentemente reduzida a uma luta entre o Presidente dos Estados Unidos, George Bush, e o líder de Iraque, Saddam Hussein.

Finalmente, outra característica da maneira de ver dos jornalistas é o gosto pelo drama. Como sublinha Paul Weaver (1975/1993), as notícias de imprensa e de televisão são semelhantes pelo fato de serem relatos melodramáticos. Existe entre os membros desta comunidade um gosto pelos detalhes mais espectaculares, um gosto pela retórica mais empolgante (o que não pode ser considerado como simplesmente sensacionalismo), um gosto pela polêmica e pelo conflito. Segundo Weaver (1975/1993:296), as notícias de jornal e de televisão são semelhantes na “utilização dos mesmos temas, fórmulas e símbolos, na construção de linhas de ação dramática que dão significado e identidade aos acontecimentos”.

Esta maneira própria de ver o mundo está intimamente ligada ao saber de reconhecimento e ao saber de narração, porque envolve os dois poderes fundamentais do campo jornalístico: a seleção dos acontecimentos e a sua construção como notícia.

Uma cultura profissional

A tribo jornalística tem uma cultura profissional, um dos cinco atributos de uma profissão que, segundo Greenwood, é considerado o mais importante. Já tivemos a oportunidade de falar de um dos elementos mais distintivos desta tribo, a sua maneira própria de viver o tempo – a paisagem de “Novaslândia” é recoberta de relógios, tal como um país católico é recoberto de cruces. Já tivemos a oportunidade de ver que os jornalistas têm uma maneira própria de sentir o tempo, obsessiva e frenética.

Certamente, outra expressão crucial da cultura jornalística é a sua maneira própria de agir, a sua maneira própria de falar, e a sua maneira própria de ver o mundo. Aqui, o papel dos valores-notícia, isto é, os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção das notícias é vital, e será examinado mais de perto no próximo capítulo.

Mas a cultura jornalística é também uma cultura rica em mitos, símbolos e

representações sociais que fornecem a esta comunidade interpretativa toda uma liturgia de figuras bem claras dos vilões e dos heróis a que os membros da tribo prestam homenagem ou devotam ódio. O próprio “*ethos* jornalístico” é determinante na elaboração de mitos. Para Daniel Hallin, a ideologia dos jornalistas é, entre outras coisas, um mito. Argumenta Hallin (1986:23):

Ela (a ideologia jornalística) é, em resumo, um mito. Longe de ser apenas uma mentira ou ilusão, é um sistema de consciência mantido no mais fundo de cada um, que afeta profundamente tanto a estrutura da organização noticiosa como a prática do jornalismo no dia a dia.

A mitologia jornalística coloca os membros desta comunidade profissional no papel de servidores do público que procuram saber o que aconteceu, no papel de “cães de guarda” que protegem os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de “Quarto Poder” que vigia os outros poderes, atuando do a quem doer, no papel mesmo de herói do sistema democrático (Ungaro, 1992), tão bem projetado e, por diversas formas, no imaginário coletivo no espaço público democrático, e, sobretudo, em diversos filmes em que a magia do cinema oferece uma constelação de símbolos e representações da mitologia jornalística.

Iremos recorrer às imagens de três filmes norte-americanos para exemplificar diversas linhas desta mitologia que encobre a atividade jornalística e atrai “*la crème de la crème*” da juventude portuguesa aos cursos universitários em comunicação e jornalismo todos os anos. O filme de John Ford, *O Homem Que Matou Liberty Valance*, já foi evocado; *Deadline USA (A Última Ameaça)* de Richard Brooks (EUA, 1952), e uma das versões cinematográficas da peça de teatro *The Front Page (Primeira Página)* de Ben Hecht e Charles MacArthur, estreado na Broadway em 1929: *The Front Page* (1931), de Lewis Milestone, *His Girl Friday (Grande Escândalo)*, 1940) de Howard Hawks, *The Front Page (Primeira Página)*, 1974) de Billy Wilder, e *Switching Channels (Linhas Trocadas)*, 1988) de Ted Kotcheff.

No filme *O Homem Que Matou Liberty Valance* temos, como já foi dito, a oportunidade de ver uma expressão vibrante desta mitologia em que o jornalista é representado como guardião da democracia e aliado dos cidadãos na luta contra o poder arbitrário e tirânico. Vemos neste filme, como em outros, nomeadamente *Deadline USA (A Última Ameaça)*, que a ideologia jornalística e a teoria democrática são indissociáveis. Com o desenvolvimento

do “direito à informação” como norma numa democracia, o jornalista foi reconhecido como sendo o agente social que tem como missão “informar o público”. Com essa legitimidade social, o jornalista é apresentado como guardião da democracia. O filme *O Homem Que Matou Liberty Valance* projeta bem as linhas mestras de todo o “*ethos* jornalístico”, que já tivemos a oportunidade de analisar. A personagem do diretor do jornal apresenta um jornalista que, apesar de alguns defeitos, é uma pessoa independente do político, independente do poder, mas constitui também um poder. Na narrativa mitológica, o jornalista não tem partido político; é uma figura que serve, acima de tudo, a verdade, e que está ao lado dos cidadãos contra o tirano, apresentado no filme na figura do pistoleiro Liberty Valance.

Em *Deadline USA* temos também uma eloquente afirmação da ideologia jornalística, com o mítico Humphrey Bogart no papel de Ed Hutchinson, diretor do jornal *The Day*, perante o fechamento iminente do jornal, prosseguindo uma luta implacável na investigação de um mafioso que não hesita em assassinar uma jovem na defesa da sua atividade de corrupção. Numa cena do filme, a mãe da vítima explica porque trouxe um diário da filha ao jornal e não à polícia. A mãe afirma: “Eu conheço o jornal. Quero ser uma boa cidadã. Leio o jornal. O seu jornal não tem medo”. Em outro momento do filme, o mafioso pergunta ao diretor Hutchinson qual é o seu ângulo. A esta pergunta o filme responde de uma forma clara, direta, linear, eloquente e empolgante: o jornal serve o público na sua procura da verdade e na sua investigação da corrupção.

Segundo a sua cultura profissional, esta comunidade interpretativa é uma comunidade de crentes que cumpre o serviço numa dedicação total à profissão. Seria uma basfêmia comparar a profissão de jornalista à profissão do médico ou mesmo padre? O acadêmico Thorjorn Broddason (1994) estabelece a comparação ao sublinhar o “lado sagrado” da profissão dos jornalistas: as longas e irregulares horas de trabalho em que deixa de haver uma distinção entre a esfera da vida privada e a vida profissional, os evidentes perigos que os profissionais possam enfrentar, incluído perigo de vida, a natureza altruística e mesmo nobre das suas responsabilidades sociais.

Uma natureza que sobressai na cultura jornalística é a dos sacrifícios pessoais, dos efeitos nocivos que as longas, e possivelmente irregulares, horas

da profissão têm sobre a vida privada do jornalista: problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas e ausência da vida privada.

Para esta comunidade de crentes, um objeto de culto é a própria profissão que exige dedicação total porque o jornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida. O jornalista casa-se com a profissão; o jornalismo exige dedicação total; o jornalista trabalha 24 horas por dia. Ainda mais, o jornalismo exerce-se sempre em clima de urgência; o jornalista não tem tempo: não pode jantar em paz; não tem tempo para luas de mel; tem sempre de deixar um número de contato.

No filme *Deadline USA*, temos um magnífico exemplo desta narrativa quando a proprietária do jornal diz ao diretor Hutchinson, um homem divorciado: “Se o jornal tivesse pernas, nunca se tinha casado”. Em outro momento do filme, com os jornalistas reunidos num bar para fazer a vigília do jornal depois de ter fechado a última edição, uma jornalista com 14 anos de trabalho no jornal fixa o bolo em forma de jornal e diz:

É um cadáver adorável. Coitadinho. Conheci-o muito bem. Dei-lhe os melhores 14 anos da minha vida. E que ganhei com essa dedicação? 61 dólares no banco, dois maridos mortos e dois ou três filhos que sempre desejei e nunca tive. Fiz todas as espécies de reportagens desde execuções a raptos. Tenho dentes estragados e problemas nas costas mas quer saber uma coisa? Não fui a Paris. Mas não trocaria estes anos por alguma coisa do mundo.

Em outro momento do filme, um jovem licenciado que procura emprego no jornalismo conversa com o diretor Hutchinson que dá este conselho ao jovem: “Nunca desista. (O jornalismo) não é, talvez, a mais velha profissão... mas é a melhor.”

Na visão comum, em que um nevoeiro de mitos encobre a profissão, o jornalismo é a antítese do trabalho das “9 às 5”, uma outra imagem que atrai muitos jovens à atividade. O jornalismo é identificado com o imprevisto; o inesperado poderá acontecer ao virar da esquina.

Numa sátira do jornalismo em que alguns “crimes” da profissão (por exemplo, a invenção de fatos) e alguns abusos (por exemplo, o recurso ao sensacionalismo) são condenados, a trama básica de *The Front Page* é a vontade de uma jornalista, Hildy Johnson, de deixar o jornalismo na procura de uma vida normal. Na versão de Howard Hawks, Hildy (representada pela atriz Rosalind Russell), tenta apanhar um trem com destino a Albany, na companhia

do seu futuro marido e sogra, logo depois da sua última entrevista com um prisioneiro que aguarda o seu enforcamento marcado para o dia seguinte. Informa o diretor do seu jornal, *The Morning Post*, Walter Burns, representado por Cary Grant, da sua intenção de deixar o jornalismo e recebe a acusação de que será uma traidora à profissão. Quando o diretor do jornal (também o seu ex-marido), tenta convencer Hildy a ficar e diz: “Tu és uma jornalista!”. Hildy responde:

Jornalista? Um bando de malucos, com caspa nos ombros e buracos nas calças, a espreitar por orifícios de fechaduras, a acordar pessoas a meio da noite para lhes perguntar se Hitler vai começar outra guerra, a roubar fotografias de senhoras velhas? Eu sei tudo sobre os jornalistas. Um jornalista é um teso sem meio tostão furado no bolso. Para quê? Para que um milhão de pessoas saiba o que passa? Tu sabes lá o que é ter uma vida normal e respeitável. Agora, acabou-se.

Na sua cultura profissional, há um compromisso total com a profissão, mesmo correndo perigo de vida. As notícias são um valor absoluto, onde por vezes meios ilícitos podem ser necessários. Mas, para além da dedicação à verdade exaltada na sua ideologia profissional, a dinâmica da concorrência leva ao encanto de outros mitos que circulam na sua cultura profissional, com o mito do “*scoop*” (o “furo”) e o mito da “grande estória.”

O “furo” é um elemento importante na cultura jornalística que alimenta os interesses próprios do jornalista. O jornalista que se preza procura o “furo”. O “furo” dá um gozo particular, um enorme prazer de conquistador. O “furo” é uma conquista que está associada ao brilho profissional, razão justificada de vaidade pessoal, e que fornece um prestígio que pode fazer progredir a carreira profissional. Concomitantemente, o “furo” é um fator que agudiza a concorrência. No filme *His Girl Friday*, a versão de Howard Hawks da peça *The Front Page*, temos uma visão bem satírica da obsessão dos jornalistas com o “furo”: Hildy Johnson é levada a esquecer o trem, o futuro marido e a vida normal em nome do “furo” e do mito da “grande estória”, isto é, a cobertura de um “mega acontecimento” que será o momento alto da carreira profissional. Apesar do mito do “acontece”, o jornalismo é, na realidade, uma atividade marcada pela rotina. O mito da “grande estória” é o momento de glória, o delírio profissional, o sonho da uma vida. Elliott (1978:187) descreve este mito como uma “fonte de inspiração” que ajuda o jornalista a passar o tempo gasto a processar as ‘estórias’ de rotina.

Apesar da crítica severa do jornalismo, acabam por ser os jornalistas, a começar pela repórter Hildy Johnson e o seu diretor Walter Burns, os heróis do filme. O principal “mau” da fita – também o principal vilão na cultura profissional – é o político corrupto, cujo plano de executar o condenado para ganhar uma eleição é denunciado pelo jornal. Apesar do tom crítico do filme, o jornalista não é o inimigo número um. Apesar de todos os sacrifícios, o filme diz que vale a pena ser jornalista: Hildy nunca tomou o trem porque a sua vontade é continuar a ser jornalista.

Outros mitos da cultura jornalística encobrem esta profissão. Temos o mito do jornalismo como “aventura”. A representação do jornalista que mais evoca toda a mitologia jornalística é a figura do repórter. A figura do repórter que está lá, em cima do acontecimento, em contato direto, a presenciar, testemunha ocular da história em devir. Nesta trama narrativa, encontramos o filão da aventura, com encenações exóticas – Mel Gibson na Indonésia – onde o ritmo é intenso e a quebra da rotina, a norma. Escreve Elliott (1978:186-187): “Os repórteres foram transformados num mito coletivo no qual representam o indivíduo na sociedade de massas, apto a mobilizar o poder da imprensa para corrigir a injustiça”.

Numa dimensão ainda mais mitológica, temos a representação do jornalista na figura do “grande repórter” (Rieffel, 1992:65-66), o correspondente estrangeiro, ou o correspondente de guerra. Elliott escreve (1978:187.188) que a história do jornalismo tem sido escrita em grande parte como a biografia dos grandes nomes que deixaram a sua marca na profissão. Basta ler os títulos de alguns livros escritos por antigos correspondentes de guerra: *War Reporter* (Harris, 1979), *War News* (Anson, 1989), *Means of Escape* (Caputo, 1991), *Trial by Fire* (Barnes, 1990), e *Dangerous Company: Inside the World's Trouble Spots with a Pulitzer-Prize-Winning War Correspondent* (Tuohy, 1987). Na contracapa do livro de Harris é possível ler esta descrição do livro (e da vida do jornalista):

À procura da ação, ele (o jornalista Harris) encontrou-a – nas selvas do Vietname, nas ruas da Irlanda do Norte, nos desertos do Médio Oriente, nas colinas de Chipre. Durante os últimos quinze anos o famoso correspondente internacional de Hearst, J. D. Harris, arriscou a vida para trazer as notícias de guerra ao povo americano. (citado em Pedelty, 1995:29).

Noutra trama narrativa, temos o mito do jornalista como “detetive”. No prosseguimento da verdade, o jornalista reaparece como o “detetive” que

procura a verdade. Escreve Ungaro (1992:40):

O imaginário contemporâneo desenha estas duas figuras complementares: o jornalista e o detetive privado, dois indivíduos, representantes da solidão do homem moderno, dois *voyeurs*, dois 'bisbilhoteiros', figuras exemplares deste desenho de certa maneira 'fora da lei'.

É no encontro do repórter e do detetive que temos o jornalismo de investigação. Em grande parte devido ao caso "*Watergate*", a década de 1970 foi a grande época do jornalismo de investigação, deixando marcas que ainda influenciam o jornalismo hoje em dia, dentro e fora dos Estados Unidos. Ungaro (1992:41) classifica este jornalista de investigação como a "figura moderna do jornalista". Segundo Pauly (1988:254): "O jornalista profissional enfatiza o papel investigativo dos jornais fora de qualquer proporção com o número efetivo de estórias realizadas". Num momento do filme *Deadline U.S.A.*, um policial pergunta ao diretor Hutchinson: "Quando é que a imprensa vai crescer e deixar de brincar de detetives?". O diretor responde: "Não somos detetives". Mas, os jornalistas atuaram como detetives quando investigaram o mafioso Rienzi e conseguiram provas incriminatórias que a polícia não tinha conseguido obter.

Toda a mitologia do repórter, do "grande repórter", do jornalista de investigação, representa o jornalista como um caçador. O mito do jornalista "caçador" invade toda a sua cultura profissional: o jornalista vai atrás do acontecimento, vai atrás da notícia, fura as aparências, revela a verdade, caça a presa. No entanto, diversos estudos do jornalismo mostram bem o peso das rotinas na atividade jornalística, e, com as rotinas, o papel fulcral do desenvolvimento de relações com as fontes de informação. Escreve Elliott (1978:187): "O jornalismo é de muitas maneiras mais parecido com a agricultura sedentária que com a caça e a busca". Continua Elliott: "As notícias são produzidas por jornalistas que cultivam rondas regulares a fontes de informação reconhecidas que têm o seu próprio interesse em tornar a informação disponível... Tal como na agricultura, nada é inteiramente previsível".

Sobre a crosta de cinismo e de um ar de indiferença, a cultura jornalística coloca a profissão de jornalista num pedestal como a melhor profissão e o jornalista num lugar reservado aos heróis, não assumido, com certeza, como o herói deve ser, mas para todos os efeitos o herói. Ungaro (1992:39) escreve

que “tornado indispensável, o jornalista impôs-se como figura dominante do desenvolvimento democrático da sociedade no seu todo”. No filme *A Última Ameaça*, o diretor Hutchinson diz: “O jornal é publicado no interesse do público... uma imprensa honesta e determinada é a primeira proteção contra o banditismo”. Toda a narrativa do filme é construída em torno de duas ‘estórias’ que se desenvolvem simultaneamente: a ameaça do fechamento do jornal e a investigação do mafioso. Na sequência final do filme, as máquinas imprimem a última edição do jornal. O diretor do jornal admira a primeira página, uma notícia que prova a culpabilidade do mafioso – e atende uma chamada do mesmo. Num grande plano, Hutchinson coloca o telefone junto à máquina de impressão, de forma a ouvir bem o seu ruído. Do outro lado, o mafioso pergunta: “que barulho é esse?”. O jornalista incorruptível responde: “É A IMPRENSA. É A FORÇA DA IMPRENSA LIVRE QUE NINGUEM HÁ-DE CALAR.” Continua: “Pessoas como você tentaram-no antes com balas, prisões e censura; mas enquanto um jornal publicar a verdade, vocês estão acabados”.

Na luta entre as forças do bem e do mal, as forças do bem são representadas aqui neste filme pelo jornalista – a luta em prol do público e a serviço da verdade. O jornalista é oposição à tirania, à opressão e à injustiça. Pauly (1988) identifica vários vilões no mundo simbólico criado pela cultura jornalística: os proprietários insaciáveis que transformam o jornalismo em apenas um negócio, os burocratas insensíveis, e o ódio de estimação – o político corrupto, personagem central de uma narrativa shakesperiana – que aparecem num gênero jornalístico muito prestigiado, o jornalismo de investigação.

Escreve Ungaro (1992:38) que o jornalista “toma assim a figura do herói que, representando as aspirações do maior número, corre, em nome de todos, os riscos que cada um recusaria correr individualmente”.

Hutchinson é corajoso em defesa da liberdade, e constitui uma peça fundamental no funcionamento da democracia. Num momento do filme, uma personagem pergunta a Hutchinson: “Você é um herói?”. Hutchinson não responde diretamente a esta pergunta mas o filme dá uma resposta clara... SIM.

Com já foi dito, a história do jornalismo é muitas vezes escrita como a

biografia dos “grandes homens”, como James Gordon Bennett (*New York Herald*), Joseph Pulitzer (*New York World*), Lord Northcliffe (*Daily Mirror*, *The Times*), William Randolph Hearst (*San Francisco Examiner*, *New York Journal*), que deixaram a sua marca na profissão. Chalaby (1997) sublinha o papel dos chamados “barões de imprensa” na história do jornalismo.

Mas, igualmente importantes no desenvolvimento histórico da profissão, os repórteres foram-se transformando num mito coletivo no qual representam o indivíduo na sociedade de massas, aptos a mobilizar o poder da imprensa para corrigir a injustiça. Os repórteres do jornal *Washington Post*, Bob Woodward e Carl Bernstein, do célebre caso *Watergate*, são simplesmente a mais recente manifestação desta representação do jornalista herói, também transformado num filme de Hollywood. Elliott (1978:186-187) denota a projeção mundial do caso *Watergate* quando refere que os anos 1970 poderiam ser definidos como a era do repórter de investigação, tal como os anos 1930 foram a “era do correspondente no estrangeiro”.

No início de século XXI, a pujança da mitologia *Watergate* permanece dentro e fora dos Estados Unidos. A morte de Kathleen Graham, dona do jornal *Washington Post*, suscitou um número de artigos de comentários sobre a sua vida em que a figura de Graham é elogiada pelo apoio incondicional aos seus jornalistas e pela coragem de desafiar o poder; foi endeusada e batizada “a mãe de *Watergate*”.

Capítulo 2

Ser ou não ser notícia?

Durante a Guerra Civil norte-americana, o General William Tecumseh Sherman foi informado de que três jornalistas foram capturados e executados pelas forças rebeldes. Comentou o General: “Ótimo. Agora vamos ter notícias do Inferno antes do pequeno almoço” (Trotta, 1992).

Para os não membros da comunidade jornalística, o mundo jornalístico parece ser um mundo de notícias vindo “do inferno”. A observação de Sherman assemelha-se a inúmeras críticas ao jornalismo na época contemporânea e prevê a existência de um meio mediático dominado pela televisão há mais de cem anos. A visão negativa do mundo criada pelos jornalistas tem as suas raízes nos valores-notícia que os profissionais do campo jornalístico utilizam na seleção dos acontecimentos do mundo real e na construção das ‘estórias’ que contam sobre a realidade. Os valores-notícia são um elemento central da cultura jornalística e o tópico deste capítulo.

O que é notícia? A visão que os jornalistas apresentam desta questão – o que é notícia? – é simultaneamente simplista e minimalista: a) simplista porque, segundo a ideologia jornalística, o jornalista relata, capta, reproduz ou retransmite o acontecimento. Segundo a metáfora dominante no campo jornalístico, o jornalista é um espelho que reflete a realidade. O jornalista é simplesmente um mediador; e b) minimalista porque, segundo a ideologia dominante, o papel do jornalista como mediador é um papel reduzido. Aliás, é significativo que, habitualmente, os jornalistas sejam relutantes em reconhecer ou assumir a importância e a influência do seu trabalho.

Os valores-notícia são, como já tivemos oportunidade de sublinhar, um aspecto fundamental da cultura profissional. Segundo Golding e Elliott (1978), são um importante elemento de interação jornalística e constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração das notícias. Diversos estudos sobre o jornalismo demonstram que os jornalistas têm uma enorme dificuldade em explicar o que

é notícia, de explicitar quais são os seus critérios de noticiabilidade, para além de respostas vagas do tipo “o que é importante” e/ou “o que interessa ao público”. O reconhecimento dessa dificuldade é uma das conclusões de Gaye Tuchman. Esta socióloga norte-americana elabora uma interessante análise sobre a chamada “perspicácia noticiosa”. Como já foi citado, Tuchman (1972/1993:85) escreve: “Pareceria que a perspicácia noticiosa é o conhecimento sagrado, a capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas”. Os jornalistas invocam a posse de uma capacidade que, segundo Tuchman, mal conseguem definir, em parte devido à forma como a cultura profissional privilegia um saber instintivo e não reflexivo. O acadêmico britânico Stuart Hall sublinhou também a natureza esquiwa dos valores-notícia. Para Hall, os valores-notícia são uma das estruturas mais opacas do jornalismo, ponto que iremos desenvolver mais adiante. No entanto, uma conclusão geral dos estudos sobre os conteúdos dos *media* noticiosos é que as notícias apresentam um “padrão” geral bastante estável e previsível.

A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de **noticiabilidade** como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (“*newsworthiness*”).

Os critérios de noticiabilidade em três épocas históricas

Seguindo o conselho de Cícero, uma compreensão histórica do jornalismo ajuda-nos a entender a importância das “qualidades duradouras”, na expressão de Mitchell Stephens (1988), das notícias. Iremos ver agora o que foi notícia em três momentos históricos – os anos 70 do século XX, os anos 30-40 do século XIX, e as primeiras décadas do século XVII – para verificar que os valores-notícia básicos têm variado pouco. Segundo Stephens, as “qualidades duradouras” das notícias são o extraordinário, o insólito (“o homem que

morde o cão”), o atual, a figura proeminente, o ilegal, as guerras, a calamidade e a morte. Escreve o historiador Stephens (1988:34): “Que a humanidade tem permutado uma mistura semelhante de notícias com consistência através da história e através das culturas que criam interesse nestas notícias parece inevitável, se não inato”.

Entramos numa “máquina do tempo” para o ano de 1616, o ano em que morre o dramaturgo inglês William Shakespeare. Nesta data em que ainda não há jornais diários, novidade que surge nas últimas décadas daquele século, reina uma forma pré-moderna do jornal – as chamadas “folha volantes”. As “folhas volantes” são diferentes dos jornais em primeiro lugar porque são dedicadas habitualmente a um único tema, e não a uma variedade de assuntos como os jornais, e, em segundo lugar, não são publicações regulares. Também não eram folhas de simples informação: as notícias eram sobretudo avisos moralistas ou interpretações religiosas.

As primeiras “folhas volantes” inglesas apareceram no século XVII, mas já havia “folhas volantes” publicadas na Europa um século atrás em Veneza. Curiosamente também havia “folhas volantes” no Novo Mundo – uma foi publicada na Cidade do México em 1541. As “folhas volantes” começaram a aparecer para satisfazer a curiosidade sobre os acontecimentos. O que era notícia nas “folhas volantes”?

Foi publicado um total de 25 “folhas volantes” em 1616. Um terço delas foi dedicado a um tipo de acontecimento: assassinatos. Um outro terço era dedicado à notícias sobre celebridades, incluindo uma sobre um discurso do Rei. Não houve qualquer notícia sobre a morte de Shakespeare; a única referência a Shakespeare na imprensa da sua época foi uma referência numa balada que comenta a morte da Rainha Isabel em 1603.

Na era das “folhas volantes”, milagres, abominações, catástrofes, acontecimentos bizarros foram as primeiras ocorrências tratadas nos dias que antecedem os jornais. O nascimento dum porco com duas cabeças era “notícia”, mas visto como sinal da raiva de Deus contra os pecados do seu povo na Inglaterra. Frequentemente, a conduta dos heróis, uma batalha naval, eram assuntos para serem tratados. Nesses dias, muito do que era “notícia” era internacional: guerras e trocas comerciais eram dois dos assuntos principais. Quase completamente esquecidos eram os acontecimentos de interesse local.

O espaço era salvaguardado para os assuntos a que as pessoas não tinham acesso. Outra curiosidade da época é que, muitas vezes, as “folhas volantes” eram transformadas em baladas; por exemplo, a carta de Colombo sobre a sua viagem foi impressa e transformada em 68 versos e a vitória inglesa sobre a Armada Espanhola inspirou a criação de 23 baladas (Stephens, 1988:96).

Um valor-notícia importante na época é o insólito, isto é, os acontecimentos que produziam o maior espanto, a mais profunda maravilha, a maior surpresa. Sobre as notícias desta era das “folhas volantes”, o historiador Mathais Shauber escreve: “É como se a qualidade de ser extraordinário, sensacional, prodigioso, fosse vista como essencial” (citado em Stephens, 1988:135).

Numa das suas peças, *Conto de Inverno*, Shakespeare faz pouco da credulidade dos seus contemporâneos em relação às “folhas volantes”. Um escritor de baladas tenta vender a uma camponesa os versos de uma balada composta por um peixe que apareceu na costa 40 mil metros acima da água. Era suposto que o peixe fosse uma mulher transformada em peixe porque não queria consumir uma relação amorosa. Na peça, a camponesa pergunta ao escritor das baladas: “Acha que é verdade?”.

Outro valor-notícia importante nesta época é a noticiabilidade do ator principal do acontecimento. Os atos e as palavras das pessoas importantes, as crônicas e as proezas de personalidades da “elite”, como, por exemplo, o Rei e/ou a Rainha, eram “notícia”.

Na época das “folhas volantes”, houve um fascínio com os homicídios. Muitas delas se relacionavam com homicídios e enforcamentos de assassinos. Muitas tinham relatos, escritos na primeira pessoa, de arrependimento dos assassinos esperando a morte – alguns desses relatos escritos em verso, formando cantigas. As lamentações melódicas dos assassinos eram tão conhecidas que passaram a ter o nome de *hanging tune* – a cantiga do enforcamento.

Outros acontecimentos que eram vistos como noticiáveis eram os milagres. O aparecimento de cometas era noticiado como sendo um sinal divino de presságio. E outro assunto preferido e habitualmente presente nas “folhas volantes”, com ilustrações, era o que se referia ao aparecimento de monstros, que variavam desde dragões até bebês nascidos com deficiências. Em 1609,

uma “folha volante” relatou que dois dragões foram vistos por cima da cidade de Ghent.

Nas “folhas volantes”, outro assunto muito noticiado eram as feiticeiras. Eram muitas as “notícias” sobre feiticeiras, muitas vezes retiradas dos julgamentos. Uma notícia era sobre um homem chamado Stubbe Peter, que morava perto de Colônia, e que tinha recebido um cinto mágico do diabo, que lhe permitia transformar-se num lobo. Segundo a “notícia” publicada, Stubbe Peter tinha, durante mais de 25 anos, comido muitos homens, mulheres e crianças. As guerras eram outro dos temas recorrentes.

O aparecimento dos primeiros jornais teve lugar no século XVII. O *Aviso de Augsberg*, Alemanha, é geralmente considerado como sendo o primeiro jornal, publicado em 1609. Pouco depois apareceram outros e geralmente saíam uma vez por semana. O primeiro jornal publicado em inglês foi publicado em Amsterdam em 1620; o primeiro jornal da Inglaterra foi publicado em 1655, com o título *Oxford Gazette*, que depois veio a ser a *London Gazette*. Na França, o primeiro jornal foi *La Gazette*, lançado por Monsieur Renaudot, em 1631. Em Portugal, o primeiro jornal só apareceu após a Restauração, e tinha como título: *Gazeta em Que se Relatam as Novas Todas Que Houve Nesta Corte e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641*.

Viajamos de novo a outro momento histórico, os anos 30 e 40 do século XIX, que já tivemos oportunidade de visitar na primeira parte deste livro. Ao longo do século XVIII, as publicações periódicas, como os jornais, eram dominadas pelo polo político e os meios de comunicação social eram essencialmente vistos como uma arma política até o aparecimento da chamada “*penny press*” na década de 30 do século XIX. Já tivemos a oportunidade de analisar a mudança que estes jornais introduziram, em particular na definição do que é notícia. Nos Estados Unidos, onde Benjamin H. Day lança o *New York Sun*, e na França, onde Émile de Girardin lança *La Presse*, começa um novo jornalismo. O *New York Sun* dava ênfase às notícias locais, às histórias de interesse humano e apresentava reportagens sensacionalistas de fatos surpreendentes. Day contratou um repórter para escrever artigos em estilo humorístico sobre os casos que surgiam diariamente na delegacia local da polícia. Conseguiu assim redefinir a notícia de maneira a satisfazer os gostos, os interesses e a capacidade de compreensão das camadas menos instruídas da

sociedade. Até a época da “*penny press*”, as notícias versavam apenas assuntos políticos e econômicos, e o respectivo comentário. O discurso parlamentar, as cotações da Bolsa, o câmbio, os conflitos militares, as informações comerciais preenchiam o conteúdo da imprensa. O *New York Sun* não só dava essas informações de forma acessível, como enchia as suas páginas com outros assuntos: histórias de crime, escândalos, tragédias, notícias que o homem comum achava interessantes ou divertidas. O êxito foi espetacular: em menos de quatro anos o *New York Sun* vendia 30.000 exemplares diários, quinze vezes a tiragem nos meses de lançamento.

Num terceiro momento histórico, os anos 70 do século XX, podemos ver a importância das “qualidades duradouras” das notícias com base num estudo de Herbert Gans (1979) sobre os telejornais de três principais cadeias norte-americanas (*CBS*, *ABC*, e *NBC*) no ano de 1967 e as revistas de informação *Newsweek* e *Time* em três diferentes anos da década de 70. Em primeiro lugar, o estudo demonstra a importância do valor-notícia “notoriedade” do ator principal do acontecimento, isto é, a proeminência do ator. Segundo o estudo de Gans, entre 70% e 85% das notícias sobre assuntos nacionais são acerca de pessoas conhecidas: a) o presidente dos Estados Unidos é sempre notícia; b) outras figuras nacionais, como os ministros e a família Kennedy, bem como os governadores e os presidentes de câmaras locais, também são notícia; e c) pessoas conhecidas envolvidas em escândalos são notícia. As pessoas não conhecidas só são notícias quando: a) são manifestantes, grevistas ou amotinados – indivíduos que fazem barulho ou provocam tumultos; b) são vítimas de desastres, naturais ou sociais; em particular na televisão, quando há imagens fortes; c) são transgressores das leis e da moral; e d) são praticantes de atividades invulgares.

O que é notícia? Os dados do estudo de Gans demonstram que a soma de três diferentes categorias de notícias, todas ligadas à atividade do governo, nomeadamente, a) conflitos e desacordos dentro do governo, b) decisões e propostas governamentais e cerimônias, e c) mudanças de pessoas exercendo funções governamentais, representa entre 45% e 56% dos acontecimentos noticiáveis nos anos estudados. Para além destas atividades ligadas ao governo, a principal categoria de acontecimentos é a categoria crimes, escândalos e investigações, que varia entre 17% e 34%, nomeadamente nas revistas de

informação, em 1975. Três outras categorias de acontecimentos conquistam uma presença em todos os meios e em todos os anos: os protestos, violentos e não violentos, os desastres, e o insólito. A categoria “protestos” representa entre 3% e 13% dos acontecimentos, nas revistas informativas de 1967 e 1971. A categoria “desastres” marca sempre a sua presença, mas é bem mais alta nos telejornais, 14%, comparado com o 1% a 5% nas revistas informativas em 1967, 1971 e 1975. Por fim, a categoria do “insólito” está sempre presente, variando entre 2% e 4% das notícias nas revistas informativas e nos telejornais analisados.

As semelhanças entre as notícias nestes três momentos diferentes que abrangem quase quatro séculos de história não devem surpreender. Escreve Stephens (1988:34):

É surpreendente que a essência das notícias pareça ter mudado tão pouco? A que outros assuntos se poderiam as notícias ter dedicado? Podemos imaginar um sistema de notícias que desdenhasse o insólito em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado como ao atual, ao legal como ao ilegal, à paz como à guerra, ao bem-estar como à calamidade e à morte?

A análise acadêmica dos valores-notícia

A primeira tentativa de identificar, de forma sistemática e exaustiva, os valores-notícia que a comunidade interpretativa dos jornalistas utiliza no seu trabalho, ou, na linguagem dos autores, os fatores que influenciam o fluxo de notícias, foi o estudo de Galtung e Ruge (1965/1993). Em resposta à pergunta “como é que os acontecimentos se tornam notícia”, Galtung e Ruge enumeram doze valores-notícia: 1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e 12) a negatividade, ou seja, segundo a

máxima “*bad news is good news*”.

Analisemos mais de perto estes valores-notícia de Galtung e Ruge. Para os autores, a frequência diz respeito ao espaço de tempo necessário para o acontecimento se desenrolar e adquirir significado. A tese é a de que quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem para os acontecimentos serem registrados como notícia por esse mesmo meio noticioso. Segundo Galtung e Ruge, um assassinato leva pouco tempo e o acontecimento tem lugar entre a publicação de dois números sucessivos de um jornal diário, o que significa que se pode contar uma notícia significativa de um dia para o outro. Mas escolher um assassinato durante uma batalha onde existe um morto, todos os minutos, faria pouco sentido – nós geralmente só registraremos a batalha como tal. Do mesmo modo, um acontecimento que tem lugar durante um espaço de tempo maior (como a construção de uma barragem) ficará por registrar a menos que atinja um certo tipo de clímax dramático (a inauguração da barragem).

Utilizando a metáfora de um sinal de rádio na sua discussão dos valores-notícia, Galtung e Ruge argumentam que quanto maior a amplitude do sinal, mais provável será a audição desse sinal. Para os autores, existe um limiar que o acontecimento terá de ultrapassar antes de ser registrado.

Quanto mais claro e inequívoco for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência. Para Galtung e Ruge, quanto menos ambiguidade, mais facilmente o acontecimento será notado. É preferível um acontecimento com uma interpretação clara, livre de ambiguidade no seu significado, ao que é altamente ambíguo.

Segundo Galtung e Ruge, a significância é um valor-notícia que tem duas interpretações. Uma diz respeito à relevância do acontecimento, isto é, ao impacto que poderá ter sobre o leitor ou os ouvintes; a segunda interpretação tem a ver com a proximidade, nomeadamente a proximidade cultural.

Outro valor-notícia identificado por Galtung e Ruge é a consonância. Para os autores, este fator liga o acontecimento que está selecionado com uma pré-imagem mental em que o “no-vo” acontecimento é construído em função de uma “velha” imagem, ou, melhor dito, de uma “velha” narrativa que já existe. Assim, por exemplo, “*Irãgate*” é um novo “*Watergate*”, isto é, uma nova versão da “velha” narrativa do escândalo; o sufixo “*gate*” é uma forma de assegurar a

consonância do “novo” acontecimento com a “velha” narrativa.

O inesperado é outro valor-notícia identificado por Galtung e Ruge. A ideia é simplesmente a de que não é suficiente para um acontecimento ser culturalmente significativo e consonante com o que se esperava – isto define apenas um vasto conjunto de candidatos a notícias. Dentro deste conjunto, de acordo com Galtung e Ruge, as mais inesperadas têm maiores hipóteses de serem incluídas como notícias. Escrevem Galtung e Ruge (1965:1993: 66): “É o inesperado dentro dos limites do significativo e do consonante que atrai a atenção de alguém, e por inesperado, queremos dizer duas coisas: inesperado ou raro” (sublinhado no original).

Para Galtung e Ruge, a continuidade como valor-notícia consiste na ideia de que logo que algum acontecimento ou assunto atinja os cabeçalhos e seja definido como “notícia”, então continuará a ser definido como notícia durante algum tempo, mesmo que a amplitude seja drasticamente reduzida.

Imagine-se que o editor de uma estação de radiodifusão, num dia preciso, tem apenas notícias do estrangeiro e só de um certo tipo. Alguns minutos antes de entrar no ar, recebe algumas notícias domésticas insignificantes e algumas notícias do estrangeiro de um gênero diferente. Galtung e Ruge argumentam que o valor-notícia mínimo necessário para estas notícias será muito mais baixo do que teria sido de outro modo, devido a um desejo de apresentar um todo “equilibrado”. É o valor-notícia de composição.

Que as notícias sejam centradas na elite, em termos de nações ou em termos de pessoas, não é muito estranho, segundo Galtung e Ruge. As ações da elite são, pelo menos geralmente e na perspectiva a curto prazo, mais importantes do que as atividades dos outros: isso se aplica tanto às nações de elite como às pessoas de elite.

Segundo Galtung e Ruge, a tese é a de que as notícias têm uma tendência para apresentar os acontecimentos como frases em que existem um sujeito, uma determinada pessoa ou coletividade composta por algumas pessoas, e o acontecimento é então visto como uma consequência das ações desta pessoa ou destas pessoas. Para Galtung e Ruge é o valor-notícia da personalização.

A referência a algo negativo é outro valor-notícia, segundo Galtung e Ruge (1965/1993: 69): “Quando reclamamos que as notícias negativas são preferidas em relação às positivas, não estamos a dizer nada mais sofisticado do que

aquilo que a maioria das pessoas parece querer dizer quando afirma que «há tão pouca coisa alegre nas notícias». Os autores apresentam alguns fatores para explicar este estado de coisas: a) as notícias negativas satisfazem melhor o critério de frequência; b) as notícias negativas são mais facilmente consensuais e inequívocas no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo; c) as notícias negativas são mais consonantes com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo; e d) as notícias negativas são mais inesperadas do que as positivas, tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros, como no sentido de que são menos previsíveis.

Galtung e Ruge escrevem que um acontecimento será tanto mais noticiável quanto maior número de valores possuir, embora não seja uma regra absoluta. Igualmente, os autores consideram que um acontecimento poderá ter pouco de um valor e compensar isso com muito de outro valor. Em suma, a matemática é frouxa.

A contribuição de uma equipe de investigadores canadenses¹, nomeadamente Richard Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan, merece atenção.

Para Ericson, Baranek e Chan (1987:139-140) os valores-notícia, ou os critérios de noticiabilidade, são “múltiplos, entrecruzados, e não são fáceis de classificar pelo analista de pesquisa”. Segundo os autores, os valores-notícia não são imperativos, mas sim elementos que ajudam o jornalista a reconhecer a importância dos acontecimentos, a proceder a escolhas dentre as alternativas, e a considerar as escolhas a fazer. Ericson, Baranek e Chan elaboram a sua lista de valores-notícia que iremos apresentar em seguida.

A simplificação é um valor-notícia apresentado pelos académicos canadenses, algo semelhante ao valor-notícia de clareza apresentado por Galtung e Ruge. Segundo Ericson, Baranek e Chan, um acontecimento deve ser reconhecível como “*eventful*”, isto é, como significativo, e, no entanto, relativamente claro no que significa. Segundo Hartley (1982:77): “Nas notícias, a natureza intrinsecamente polissêmica (ambígua, capaz de gerar muitos significados) tanto dos acontecimentos como do seu relato é reduzida o mais possível; na literatura (e em certos tipos de ciências sociais) é claramente celebrada e explorada”. Para Ericson, Baranek e Chan, a simplificação é

também ligada à proximidade cultural de um acontecimento.

Um segundo valor-notícia para Ericson, Baranek e Chan é a dramatização. A noticiabilidade depende também do reconhecimento de como um acontecimento pode ser visualizado como importante ou como uma indicação de um desenvolvimento dramático. Há um limiar de noticiabilidade abaixo do qual algo não será noticiado. Segundo estes autores, este limiar varia enormemente de acordo com o que estiver mais disponível, a proximidade cultural, quem está envolvido no acontecimento e outros fatores.

Segundo Ericson, Baranek e Chan (1987:141), a dramatização está frequentemente ligada a outro valor-notícia, a personalização. Os acontecimentos são retratados em termos de personalidades-chave envolvidas naquilo que transpirou. Enquanto as notícias são acerca da vida organizacional, as organizações são personificadas pelos atores significativos envolvidos. O fato de uma figura pública estar envolvida pode ser um fator decisivo para julgar algo noticiável. Por exemplo, na cobertura de um crime, os incidentes envolvendo uma figura proeminente estão mais aptos a serem noticiados.

Tal como Galtung e Ruge, Ericson, Baranek e Chan identificam a continuidade como um valor-notícia. Os autores argumentam que, para os *media* noticiosos, tudo o que se passa no fundo consiste em estabelecer e usar enquadramentos reconhecíveis para perceber o item específico a ser noticiado. A noticiabilidade implica o estabelecimento de um fluxo de notícias em termos de estruturas para os visualizar. A falta de uma base para visualizar um acontecimento num enquadramento noticioso reconhecível levará a uma falta de interesse dos jornalistas neste acontecimento. O acontecimento específico é mais noticiável se for contínuo a acontecimentos prévios, no sentido em que o repórter é capaz de o colocar num enquadramento saliente. Segundo os autores, o que tem valor-notícia não é o novo, mas aquilo que cabe num enquadramento familiar, ou seja, tal como foi sublinhado por Galtung e Ruge, a consonância.

A necessidade de um enquadramento que exprime a continuidade está relacionado com outro valor-notícia, o da consonância. O significado de um acontecimento é muitas vezes julgado antes, ao ponto em que o repórter visualizará o que vai acontecer e produz então uma notícia que torna o

resultado completamente previsível independentemente do que já transpirou. Ericson, Baranek e Chan dão um exemplo: espera-se que as manifestações iminentes sejam violentas, e os repórteres focam a sua atenção nas pequenas brigas e não nos problemas levantados pelos manifestantes. Neste tipo de cobertura, constrói-se um enorme lote de conhecimentos estereotipados para garantir visualmente “a eterna repetição” (Rock, 1973) dos mesmos elementos sempre que transpira cada “novo” acontecimento. A continuidade e a consonância são frequentemente estabelecidas pelo funcionamento regular dos acontecimentos pelas fontes.

Outro valor-notícia identificado por Ericson, Baranek e Chan é o inesperado. Segundo os autores, enquanto que aquilo que é consonante e contínuo é sempre visualizado, um sentido do inesperado pode tornar algo noticiável. Pode haver um desenvolvimento principal que tenha implicações políticas, legais, éticas e morais. O inesperado pode ser bom ou mau. No entanto, os acontecimentos inesperados com aspectos negativos parecem ter mais valor-notícia. Escrevem Ericson, Baranek e Chan (1987:149): “As más notícias são boas para o discurso noticioso”.

Finalmente, outro valor-notícia identificado pelos investigadores canadenses é a infração. A infração das leis, a má gestão, o mau comportamento por parte de um funcionário ou qualquer autoridade responsável, e mesmo uma sugestão de impropriedade, tem noticiabilidade. Assim, os autores atribuem ao jornalismo uma função de policiamento da sociedade, com particular atenção ao governo, em que o desvio e o crime mobilizam a atenção dos membros dessa comunidade interpretativa.

O policiamento da sociedade assume diversas formas. Leva a comunidade jornalística a focar a sua atenção sobre a corrupção, os procedimentos legais, os direitos humanos. Envolve os jornalistas numa política de “policiamento informativo”, através da obtenção de revelações de informação que contribuem para a credibilidade pública. É focado de uma forma mais rotineira em questões de eficiência, nomeadamente, a eficácia dos custos; são empreendidas regularmente ‘estórias’ sobre a eficiência das operações governamentais.

Segundo Ericson, Baranek e Chan (1987:165), os alvos do policiamento jornalístico incluíam os indivíduos e as suas organizações envolvidos na “vida

política” numa base contínua; os políticos são um alvo predileto, tanto individualmente como por serem membros do governo, de partidos políticos ou de facções. Qualquer contexto em que pudesse ser ventilado algo que sugerisse impropriedade política poderia ser julgado digno de cobertura. A arbitrariedade no exercício de qualquer cargo público constitui um importante critério de noticiabilidade. Funcionários públicos em burocracias estatais, especialmente os mais diretamente envolvidos na prestação de serviços aos cidadãos, são regularmente investigados, exemplificando aquilo que Habermas (1975) identificou como uma figura central da cultura contemporânea, a ênfase na forma processual.

Para Ericson, Baranek e Chan, o valor-notícia da infração, e o subsequente policiamento da sociedade, implica também a tomada em consideração do “homenzinho contra a burocracia” em que os *media* noticiosos tomam em mãos a causa do cidadão ofendido.

Outros alvos de policiamento jornalístico identificados por Ericson, Baranek e Chan são os privilégios de grupos profissionais que são atribuídos aos outros membros da sociedade, interesse profissional próprio pelo lucro em empreendimentos moralmente questionáveis, e o crime organizado. Sobre este último Ericson, Baranek e Chan escrevem (1987:169):

As organizações que conspiravam para obter e usar o poder de uma forma ilegítima eram vistas como uma enorme ameaça, e eram feitos esforços para identificar tais organizações perigosas e minar o seu poder.

A abordagem dos valores-notícia tem estado nas preocupações de outros acadêmicos como Fishman (1978, 1980), Gans (1979), Hartley (1982) e Wolf (1987). Não iremos proceder a uma apresentação exaustiva e sistemática de todas as abordagens. Ao contrário, depois de uma análise de todas as contribuições relevantes sobre este elemento fulcral da cultura jornalística, iremos apresentar a nossa lista de valores-notícia, devidamente separada em duas categorias distintas de valores-notícia: os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção.

Os valores-notícia segundo Traquina

Os jornalistas têm óculos particulares – são os seus valores-notícia.

Escreve Bourdieu (1997:12):

Os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado (sublinhado acrescentado).

Um ponto fulcral em relação à problemática dos valores-notícia é a distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção, distinção que Galtung e Ruge, bem como outros acadêmicos como Ericson, Baranek e Chan, não fazem. Foi o acadêmico italiano Mauro Wolf que apontou que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística, ou seja, no processo de seleção dos acontecimentos e no processo de elaboração da notícia, isto é, no processo de construção da notícia. Assim, Wolf estabeleceu a distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção.

Para Wolf, os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento. Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia; e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia.

Podemos perceber melhor esta distinção voltando à lista de valores-notícia de Galtung e Ruge. Podemos ver que os seus valores-notícia incluem ambos os tipos de valor-notícia, sem, no entanto, a clareza da distinção entre os dois tipos. Por exemplo, Galtung e Ruge identificam como um valor-notícia a importância de “pessoas de elite”, um valor-notícia de seleção que iremos denominar “a notoriedade do ator”. Os autores identificam como outro valor-notícia a “personalização”, em que referem que “as notícias têm a tendência de apresentar os acontecimentos como frases onde há um sujeito, uma pessoa nomeada ou uma coletividade que consiste em algumas pessoas”; a “personalização” é outro valor-notícia, mas um valor-notícia de construção.

Os valores notícia de seleção – os critérios substantivos

O que é que os seguintes acontecimentos, que conquistaram o consenso da comunidade jornalística nacional e, no terceiro caso, o consenso da comunidade jornalística mundial, têm em comum: a queda da ponte de Entre-os-Rios, o assassinato de seis empresários portugueses no Brasil e o ataque ao *World Trade Center* de Nova Iorque e ao Pentágono? A resposta é simples: **a morte**. Onde há morte, há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos ecrãs da televisão. No seu estudo antropológico dos correspondentes de guerra em El Salvador, Mark Pedeltyouve faz um fotojornalista explicar o tipo de fotos que a hierarquia do jornal quer: “Assassinatos, bombardeamentos, funerais, e conferências de imprensa. Aquilo que combina com as melhores ‘estórias’”. Conta que a pergunta mais frequente do seu chefe é: “Quantos Corpos?”. O jornalista explica: “Ela (o seu chefe) pergunta mesmo isso. Eu respondo: ‘São cinco’. Ela diz: ‘Não chega’(citado em Pedelty, 1995:158)”.

Podemos dizer que todos nós seremos notícia pelo menos uma vez na vida – no dia seguinte à morte, ou nas páginas interiores ou com destaque na primeira página.

Dependerá, em grande parte, da nossa **notoriedade**; a notoriedade do ator principal do acontecimento é outro valor-notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística. É fácil visualizar este valor-notícia ao ver a cobertura de um congresso partidário e a forma como os membros da tribo jornalística andam atrás das estrelas políticas. Como no tempo das “folhas volantes”, a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia. Galtung e Ruge sublinharam a importância da notoriedade do ator quando postularam o seguinte: “Quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas de elite, mais provavelmente será transformado em notícia”. Dito de uma forma muito simples, o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade. O que o Presidente da República faz é importante porque o Presidente da República é importante.

Outro valor-notícia fundamental da cultura jornalística é a **proximidade**,

sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais. Um acidente de viação com duas vítimas mortais em Cascais poderá ser notícia num jornal de Lisboa, e possivelmente, mas com maior dificuldade, num jornal do Porto, mas dificilmente num país estrangeiro. No caso dos desastres, a chamada Lei McLurg estabelece uma relação entre o número de mortos e a distância geográfica para avaliar a sua noticiabilidade. No entanto, a distância geográfica é distorcida pelos mecanismos de recolha de informações. Por exemplo, Golding e Elliott escrevem que a distribuição da recolha de informações não é casual e, em termos jornalísticos, Lagos, por exemplo, está mais perto de Londres do que de Accra.

Tal como foi identificado por Galtung e Ruge, a **relevância** é outro valor-notícia da comunidade jornalística. Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas. Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação. No seu estudo realizado nos anos 1970 no contexto da Guerra Fria, Gans (1979) notou que, em termos da cobertura jornalística norte-americana do estrangeiro, havia três categorias de países: 1) os Estados Unidos e os seus aliados; 2) a União Soviética e os seus aliados; e 3) os restantes países que, só esporadicamente, eram assunto noticiável. Em relação a esta terceira categoria de países, Gans escreve que constituem notícia apenas quando são teatro de acontecimentos muito dramáticos, como conflitos, golpes de estado e grandes desastres.

Outro conceito fundamental no jornalismo é a **novidade**. Para os jornalistas, uma questão central é precisamente o que há de novo. Nos trabalhos de jornalismo de investigação, uma das maiores dificuldades para o jornalista é a justificativa para voltar ao assunto sem novos elementos: geralmente tem que haver algo de novo para voltar a falar do assunto. Devido à importância deste valor-notícia, o mundo jornalístico interessa-se muito pela primeira vez. E, devido à visão bipolar dos membros da tribo jornalística que foi sublinhada no quarto capítulo, a comunidade jornalística é sensível à última vez.

O fator **tempo** é outro valor-notícia e de maneiras diferentes. Em primeiro lugar, o fator tempo é um valor-notícia na forma da atualidade. A existência de

um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de “*news peg*”, ou gancho² (literalmente, “cabide” para pendurar a notícia) para outro acontecimento ligado a esse assunto. Segundo, o próprio tempo (a data específica) pode servir como um “*news peg*” e justificar a noticiabilidade de um acontecimento que já teve lugar no passado, mas nesse mesmo dia. É a efeméride – o próprio tempo é utilizado como “*news peg*”, por exemplo os aniversários. Há um ano, há dois anos, há vinte anos isto aconteceu e publica-se hoje uma notícia sobre esse acontecimento porque aconteceu neste mesmo dia há x anos. Assim, por exemplo, há uma notícia sobre a morte do Presidente egípcio Anwar Sadat porque neste dia, há 20 anos, foi assassinado. O próprio fator tempo é utilizado como gancho para justificar falar de novo sobre esse assunto.

A centralidade do conceito de tempo tem sido compreendida por numerosos agentes sociais e, em particular, pelos profissionais de relações públicas. Assim, temos a proliferação de dias – Dia da criança, Dia do Ambiente, – e mesmo de semanas e de anos – Ano Europeu do Cinema e da Televisão. Estes dias são, de novo, “cabides” para justificar falar do assunto, ou seja, tornam atual constituir esse acontecimento ou assunto em assunto com valor-notícia.

O fator tempo é um valor-notícia numa terceira forma, um entendimento do fator tempo numa forma mais estendida ao longo do tempo. Devido ao seu impacto na comunidade jornalística, um assunto ganha noticiabilidade e permanece como assunto com valor-notícia durante um tempo mais dilatado. Em Portugal, temos um exemplo magnífico: Timor. Depois do massacre no cemitério de Dili, Timor ganhou noticiabilidade, ao ponto de, durante muito tempo, todo e qualquer assunto relacionado com Timor ser visto pela comunidade jornalística portuguesa como valor-notícia.

Outro valor-notícia fundamental para a comunidade jornalística é a **notabilidade**, isto é, a qualidade de ser visível, de ser tangível. Como escreveu Walter Lippmann, tem que acontecer qualquer coisa de específico que tenha uma forma evidente, tem que haver qualquer aspecto manifesto. Assim, Lippmann explica que uma greve operária pode ser facilmente agarrada como notícia porque é tangível, enquanto as condições de trabalho dos trabalhadores, por exemplo, a monotonia do trabalho, a raiva do contramestre,

difícilmente serão notícia, porque são pouco tangíveis.

O valor-notícia da notabilidade alerta-nos para a forma como o campo jornalístico está mais virado para a cobertura de acontecimentos, e não problemáticas. O campo jornalístico tem maiores dificuldades na abertura de problemáticas. O trabalho jornalístico é, como já tivemos a oportunidade de ver, uma atividade prática onde os jornalistas lutam constantemente contra a tirania do fator tempo. O ritmo do trabalho jornalístico exige a ênfase sobre acontecimentos, e não sobre problemáticas. Como escreve Tuchman (1978), os acontecimentos estão concretamente enterrados na “teia de faticidade”, ou seja, o quem? o quê? quando? onde? como? porquê? do tradicional *lead* noticioso. As problemáticas não estão. Os acontecimentos são concretos, delimitados no tempo, e mais facilmente observáveis. Escreve Traquina (1988:12):

A ‘invisibilidade’ dos processos e das problemáticas exige poder de resposta por parte do campo jornalístico, exige meios para fazer a cobertura de algo não definido no espaço nem no tempo, exige tempo para elaborar a cobertura e, ironicamente, o subterfúgio do tempo (por exemplo, o primeiro aniversário do acidente do Cartaxo, para falar da insegurança nas escolas) para os ligar à atualidade.

Há diversos registros da notabilidade. Um deles é a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve. Segundo Golding e Elliott (1978), os jornalistas atribuem importância às notícias que dizem respeito a muitas pessoas e quanto mais elevado for o número de pessoas envolvidas num desastre ou quanto mais elevada for a presença de “grandes nomes”, maior é a notabilidade desses acontecimentos.

Outro registro de notabilidade é a inversão, o contrário do “normal”. Esta forma de noticiabilidade do valor-notícia “notabilidade” é captado no clichê muitas vezes utilizado na definição do que é notícia: “o homem que morde o cão, e não o cão que morde o homem”.

Outro registro de notabilidade, bem presente na época das “folhas volantes” e nos critérios de noticiabilidade de Galtun e Ruge, é o insólito. Todas as semanas, temos exemplos deste registro nas páginas dos jornais ou nas edições dos telejornais: é o ladrão que vem entregar o carro roubado; o banhista que estende a toalha e encontra um moribundo; os bombeiros que apagam o fogo com leite etc.

A falha é mais um registro de notabilidade. Procede por defeito, por

insuficiência normal e regular. Os acidentes pertencem a este registro: os acidentes de viação, os acidentes nucleares (Chernobyl), os foguetões que rebentam no céu.

Finalmente, outro registro de notabilidade é o excesso/a escassez. Ele funciona, tal como alguns dos outros registros da notabilidade, em função de uma norma ou de um padrão. O estado do tempo ganha nele noticiabilidade. O estado do tempo é notícia de primeira página quando inserido neste registro: a temperatura de 35 graus no mês de março ou uma chuvarada depois de dez meses de seca são exemplos que levam à constituição do tempo como notícia de primeira página, porque todos os dias há informações do estado de tempo.

Outro valor-notícia importante na cultura jornalística é o **inesperado**, isto é, aquilo que irrompe e que surpreende a expectativa da comunidade jornalística. Segundo Tuchman (1978), o inesperado é muitas vezes um componente de um tipo de acontecimento que designa como “*What a story!*”, ou seja, o mega acontecimento, um acontecimento com enorme noticiabilidade que subverte a rotina e provoca um caos na sala de redação. Um exemplo de mega acontecimento foram os ataques a diferentes sítios, sobretudo ao *World Trade Center*, no dia 11 de Setembro de 2001.

Outro valor-notícia fundamental é o **conflito** ou a controvérsia, isto é, a violência física ou simbólica, como uma disputa verbal entre líderes políticos. A presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios de noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal. Na política, certamente, a violência representa uma quebra do normal: por exemplo, é notícia a cena de deputados em luta física em vez de uma luta verbal. Num país democrático, a violência na política é julgada “invulgar”, um desvio da norma. A violência também pode representar a ruptura. Representa assim uma ruptura fundamental na ordem social. O uso de violência marca a distinção entre os que são fundamentalmente da sociedade e os que estão fora dela.

O valor-notícia da violência está ligado a outro critério de noticiabilidade: a **infração**. Por infração, refere-se sobretudo a violação, a transgressão das regras. Assim podemos compreender a importância do crime como notícia. Uma parte importante das notícias sobre o crime são rotineiras e breves,

porque o grosso do crime é visto como uma rotina. O crime é percebido como um fenômeno permanente e recorrente, e assim grande parte dele é observado pelos *media* noticiosos de uma forma igualmente rotinizada. Muita desta cobertura do crime assinala, no entanto, a transgressão das fronteiras normativas. A cobertura mais pormenorizada de certas circunstâncias dramáticas de um crime resulta e sobressai do pano de fundo deste tratamento rotinizado do crime. O que confere especial atenção às ‘estórias’ de crimes é a mesma estrutura de “valores-notícia” que se aplica a outras áreas noticiosas: um crime mais violento, com um maior número de vítimas, equivale a maior noticiabilidade para esse crime. Qualquer crime pode ficar com mais valor-notícia se a violência lhe estiver associada.

Como já foi exposto na discussão da lista dos valores-notícia de Ericson, Baranek e Chan, é o valor-notícia da infração que está associado a um tipo de acontecimento que é fulcral para a comunidade jornalística: o “**escândalo**”, como o caso “*Watergate*”. Este tipo de acontecimento corresponde à situação mítica do jornalista como “cão de guarda” das instituições democráticas.

Antes de apresentar os critérios contextuais dos valores-notícia de seleção, os critérios substantivos dos valores-notícia que acabamos de ver, e, em particular, o de notabilidade, implicam um pressuposto sobre a natureza consensual da sociedade. Alguns destes valores-notícia ajudam eles próprios a construir a sociedade como “consenso”. Primeiro, o consenso requer a noção de unidade: uma nação, um povo, uma sociedade, muitas vezes traduzida simplesmente para o “nosso” – a nossa indústria, a nossa polícia, a nossa balança de pagamentos. Esta visão nega quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganha assim significado político. Grupos fora do consenso são vistos como dissidentes e marginais, sejam eles “*skinheads*” ou “pedófilos”. O crime traça uma das fronteiras principais desse consenso. O crime envolve o lado negativo do consenso, visto que a lei define o que a sociedade pensa serem tipos ilegítimos de ação. Sem este conhecimento consensual de fundo, nem os jornalistas nem os leitores poderiam reconhecer o primeiro plano das notícias.

John Hartley afirma que os valores-notícia não são nem naturais, nem neutrais. Segundo Hartley (1982:80), os valores-notícia “formam um código

que vê o mundo de uma forma muito particular (peculiar até). Os valores-notícia são, de fato, um código ideológico”. O acadêmico britânico Stuart Hall refere-se aos valores-notícia como um “mapa cultural” do mundo social. Se os jornalistas não o tiverem, não podem tornar perceptíveis às suas audiências os acontecimentos invulgares, inesperados e imprevisíveis que ajudam a formar o conteúdo básico do que é noticiável. Na terminologia de Stuart Hall, os valores-notícia operam como uma estrutura de primeiro plano, que pressupõe uma “estrutura profunda”, que está escondida – as noções consensuais sobre o funcionamento da sociedade que ajudam a marcar as fronteiras entre o “normal” e “desvio”, entre o “legítimo” e o “ilegítimo”. Hall (1984) escreve: “Parece que estamos lidando como uma ‘estrutura profunda’, cuja função como mecanismo de seleção é invisível mesmo para aqueles que profissionalmente têm que operar com ela”.

Segundo Daniel Hallin (1986), é útil imaginar o mundo do jornalista dividido em três regiões, cada uma envolvendo a aplicação de diferentes padrões jornalísticos. Ao primeiro, pode chamar-se a esfera de consenso. A esfera de consenso é a região em que encontramos os valores consensuais da sociedade, como a pátria, a maternidade, a liberdade. Nos seus limites, estão esses objetos sociais que não são vistos pelos jornalistas e pela maioria da sociedade como controversos. Dentro desta esfera, os jornalistas não se sentem compelidos a apresentar pontos de vista opostos, e, na verdade, sentem frequentemente como sua responsabilidade agir como advogados ou protetores cerimoniais de valores de consenso. Dentro desta esfera, os *media* noticiosos têm um papel essencialmente conservador e legitimizador.

Segundo Hallin, uma segunda região do mundo jornalístico é a esfera de controvérsia – para além da esfera de consenso fica aquilo a que se pode chamar a esfera de controvérsia legítima. Esta é a região onde a objetividade reina soberanamente na prática jornalística. Aqui, a neutralidade e o equilíbrio são as principais virtudes jornalísticas. Os jornalistas apresentam os dois lados da questão sem tomar partido, seguindo os procedimentos que estão identificados com a objetividade, o que Tuchman apelidou como os “rituais estratégicos”.

Para Hallin, há uma terceira esfera – a esfera de desvio. Para além da esfera de legítima controvérsia, estão os atores e pontos de vista políticos que os

jornalistas e os valores dominantes rejeitam como marginais. Nesta esfera, a neutralidade entra de novo em declínio e os *media* noticiosos tornam-se, parafraseando Parsons, um “mecanismo de manutenção de fronteiras”: desempenham o papel de expor, condenar ou excluir da agenda pública os que violam ou desafiam os valores de consenso, e apóiam a distinção consensual entre atividade política legítima e ilegítima.

No seu estudo sobre a cobertura norte-americana da Guerra de Vietnam, Daniel Hallin põe em causa a visão mítica de que os *media* noticiosos norte-americanos foram “contrapoder”, isto é, contra a guerra. Segundo Hallin, durante uma primeira fase do envolvimento dos Estados Unidos no Vietnam, nomeadamente até 1968, o movimento antiguerra norte-americano foi claramente situado na esfera do desvio, ao lado do inimigo, os norte-vietnamitas e o “*vietcong*”, exceto durante um breve período em que as conversações de paz estavam perto do fim. É apenas a partir de 1968, quando alguns atores políticos com legitimidade, como o senador Robert Kennedy, irmão do falecido presidente John F. Kennedy, tomaram posição contra o envolvimento dos Estados Unidos no Vietnam, que a Guerra do Vietnam entra na esfera da controvérsia legítima.

Os valores-notícia de seleção – os critérios contextuais

Como já foi referido, por critérios contextuais entende-se os critérios que dizem respeito ao contexto do processo de produção das notícias, e não às características do próprio acontecimento (Wolf, 1987).

O primeiro valor-notícia de seleção neste subgrupo de critérios contextuais é a **disponibilidade**, isto é, a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento. A questão que a empresa jornalística coloca é quais são os meios que a cobertura jornalística exige, bem como qual é o dispêndio requerido, colocando implicitamente a pergunta se o valor-notícia desse acontecimento justifica esse dispêndio, porque as empresas jornalísticas têm recursos limitados. Não é possível “ir a todas”, isto é, cobrir todos os acontecimentos com o envio de um jornalista.

O **equilíbrio** – A noticiabilidade de um acontecimento pode estar relacionada com a quantidade de notícias sobre este acontecimento ou assunto

que já existe ou que existiu há relativamente pouco tempo no produto informativo de uma empresa jornalística. Assim, devido ao valor de equilíbrio, o jornalista ou a empresa jornalística poderá racionalizar da seguinte maneira: “Não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo”.

Outro valor-notícia de seleção neste subgrupo de critérios contextuais é a **visualidade**, isto é, se há elementos visuais, como fotografias ou filme. Em particular no jornalismo televisivo, este valor-notícia é um fator de noticiabilidade fundamental. Há imagens ou não? Qual é a qualidade dessas imagens? A existência de boas imagens, de “bom” material visual, pode ser determinante na seleção desse acontecimento como notícia. Este fator de noticiabilidade ajuda a explicar a maior presença de notícias sobre desastres no jornalismo televisivo (Gans, 1979).

A **concorrência** – As empresas jornalísticas não funcionam no vazio; têm concorrentes. Todas as outras empresas são concorrentes, mas cada empresa jornalística tem os seus concorrentes de estimação, isto é, os seus concorrentes diretos, por exemplo, o jornal *O Público* para o *Diário de Notícias*, e vice-versa. Como já foi sublinhado no capítulo sobre a cultura jornalística, a procura do “scoop” (o “furo”) é uma lógica que intensifica a natureza concorrencial da atividade jornalística. Escreve Bourdieu (1997:16): “O mundo dos jornalistas é um mundo dividido em que há conflitos, concorrências, hostilidades”.

Os jornalistas e as empresas jornalísticas procuram uma situação em que têm o que a concorrência não tem – é uma situação em que têm o “furo”, ou a exclusividade. Assim, possuir um “furo” dá maior valor-notícia a esse assunto e, geralmente, as empresas jornalísticas fazem saber aos seus leitores ou ouvintes que a notícia é um “furo”. Mas os jornalistas e as empresas jornalísticas procuram evitar uma outra situação: não ter o que os outros têm, não permitir um “furo” para a concorrência. Assim, seguindo esta lógica, temos o fenómeno do chamado “*pack journalism*”, isto é, a tendência para os membros da tribo jornalística de andar em grupos, numa matilha, seguindo-se uns aos outros. Escreve Bourdieu (1997:13):

Para ser o primeiro a ver alguma coisa, o jornalista está mais ou menos disposto a tudo e, como os jornalistas se copiam mutuamente, cada um deles para ultrapassar os outros, para fazer primeiro que os outros, ou para fazer de modo diferente dos outros, acabam por fazer todos a mesma coisa.

O último valor-notícia deste subgrupo de critérios contextuais é o **dia noticioso**. Como os acadêmicos Molotch e Lester (1974) sublinharam, os acontecimentos estão em concorrência com os outros acontecimentos. Cada dia jornalístico é um novo dia. Há dias ricos em acontecimentos com valor-notícia e outros dias pobres em acontecimentos com valor-notícia. Durante certas épocas do ano, como o mês de agosto em Portugal, quando as fontes habituais das notícias estão em férias, está aberta a chamada “*silly season*”²³, em que acontecimentos com pouca noticiabilidade conseguem, no entanto, ser notícia de primeira página devido ao fato de esse dia ser um dia pobre em acontecimentos com noticiabilidade. Um acontecimento planejado, como uma conferência de imprensa do Presidente da República, pode ter o azar de ter lugar no dia em que explode um “mega acontecimento” (como a queda da Ponte de Entre-os-Rios, a descoberta do assassinato dos seis empresários portugueses no Brasil, ou o ataque contra as torres do *World Trade Center*), e ser esmagado pela concorrência inesperada desse “mega acontecimento”. Ou o partido do Governo pode criar um acontecimento para fazer sombra a um congresso de um partido da oposição. São jogadas numa partida constante de xadrez jornalístico.

Os valores-notícia de construção

Por valores-notícia de construção entendem-se os critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia.

Tal como foi identificado por Ericson, Baranek e Chan, um valor-notícia de construção é a **simplificação**. A lógica é a seguinte: quanto mais o acontecimento é desprovido de ambiguidade e de complexidade, mais possibilidades tem a notícia de ser notada e compreendida. Uma notícia facilmente compreensível é preferível a uma outra cheia de ambiguidade. Os clichês, os estereótipos e as ideias feitas são muitas vezes necessários. Os jornalistas têm obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender; por simplificação, portanto, entendemos tornar a notícia menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento.

Outro valor-notícia de construção é a **amplificação**, já identificado na lista

de valores-notícia de Galtung e Ruge (1965). A lógica é a seguinte: quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada, quer seja pela amplificação do ato, do interveniente ou das supostas consequências do ato. Assim, podemos ler expressões deste valor-notícia nos seguintes títulos que atestam para a presença do valor-notícia da amplificação: “Brasil chora a morte de Senna” ou “América chora a morte de Nixon”.

Outro valor-notícia de construção é a **relevância**. A lógica é a seguinte: quanto mais “sentido” a notícia dá ao acontecimento, mais hipóteses a notícia tem de ser notada. Compete ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar que tem significado para elas. A poluição do Mar Báltico torna-se relevante para os portugueses pelo fato de uma percentagem grande do bacalhau que é consumido em Portugal ser pescado nesse mar. Na construção da notícia, compete ao jornalista fazer compreender a relevância da poluição com uma referência a esse fato.

Tal como Galtung e Ruge, e Ericson, Baranek e Chan, um valor-notícia de construção que é fundamental devido à natureza do discurso jornalístico é a **personalização**. A lógica é a seguinte: quanto mais personalizado é o acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada, pois facilita a identificação do acontecimento em termos “negativo” ou “positivo”. Por personalizar, entendemos valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento: acentuar o fator pessoa. Bensman e Lilienfield escrevem que a personalização da notícia permite ao jornalista comunicar a um nível em que um vasto público composto por não profissionais é capaz de entender. Inúmeros estudos sobre o discurso jornalístico apontam para a importância da personalização como estratégia para agarrar o leitor porque as pessoas se interessam por outras pessoas.

Outro valor-notícia de construção é a **dramatização**, que figura na lista de valores-notícia de Ericson, Baranek e Chan. Por dramatização entendemos o reforço dos aspectos mais críticos, o reforço do lado emocional, a natureza conflitual. Na sua discussão sobre as notícias da imprensa e as notícias televisivas, Paul Weaver (1975/1993:296) defende que são semelhantes pelo fato de “serem relatos melodramáticos de assuntos atuais”. Acrescenta Weaver: “Os modos e o sensacionalismo são tendências de ambos os *media*”.

Finalmente, como foi sublinhado por Galtung e Ruge, a **consonância** é

outro valor-notícia de construção. A lógica é a seguinte: quanto mais a notícia insere o acontecimento numa “narrativa” já estabelecida, mais possibilidades a notícia tem de ser notada. Isso quer dizer que a notícia deve ser interpretada num contexto conhecido, pois corresponde às expectativas do receptor. Implica a inserção da novidade num contexto já conhecido, com a mobilização de ‘estórias’ que os leitores já conhecem. Assim, as “novas” são “velhas”; o “novo” acontecimento é inserido numa “velha” «estória». Por exemplo, “*Penafielgate*” mobiliza a narrativa do “escândalo”.

Os valores-notícia e a organização jornalística

Embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas.

A política editorial influencia a disposição dos recursos da organização e a própria existência de espaços específicos dentro do produto jornalístico através da sua política de suplementos e sobretudo de rubricas. A criação de espaços regulares, como suplementos e rubricas/seções, tem consequências diretas sobre o produto jornalístico de uma empresa porque a existência de espaços específicos sobre certos assuntos ou temas estimula mais notícias sobre esses assuntos ou temas, porque tais espaços precisam ser preenchidos. Tuchman (1973:87) escreve que as categorias de notícias consistentemente produzidas ao longo do tempo criam espaços públicos que têm de ser preenchidos nos *media* noticiosos. Segundo Golding e Elliott (1978:99), a especialização temática constitui “um índice significativo do modo como os valores-notícia se traduzem em práticas organizativas”.

Outro ponto que merece ser sublinhado é que os valores-notícia estão enterrados nas rotinas jornalísticas. Os contatos constantes entre as fontes e os jornalistas podem influenciar a percepção do jornalista quanto ao valor-notícia dos acontecimentos e dos assuntos. Fishman (1982:219) argumenta que o “sentido dos acontecimentos” dos repórteres e os seus métodos de ver a noticiabilidade das ocorrências se baseiam em esquemas de interpretação com origem nos funcionários das instituições e usados pelos funcionários das

instituições às quais os jornalistas dão cobertura.

Outra consideração está relacionada com a produtividade das rotinas. As rotinas precisam ser produtivas. Tal como apontaram vários estudos sobre o jornalismo, tais burocracias fornecem um “subsídio informacional” aos meios de comunicação social, porque a produção das notícias fica muito mais barata sempre que uma grande parte do trabalho é feita por organizações no exterior. Como escreve Fishman: “A promoção de notícias de rotina tem sucesso sempre que os promotores arranjam forma de servir os seus próprios interesses à guisa de servirem as necessidades dos jornalistas” (citado em Wolfsfeld, 1991:7-8).

A direção da organização jornalística (ou os seus donos) podem influenciar o peso dos valores-notícia com a sua política editorial, às vezes por razões pessoais, dando prioridade a certo assunto ou tema. Foi notável, por exemplo, a quantidade de notícias sobre a sinistralidade rodoviária em Portugal, muitas vezes com o destaque da primeira página, publicadas no jornal *Diário de Notícias* em 2001.

O que é notícia?

Os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística que os membros desta comunidade interpretativa partilham. Servem de “óculos” para ver o mundo e para o construir. Sublinhamos, como o historiador Mitchell Stephens, as “qualidades duradouras” do que é notícia ao longo do tempo: o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade. Mas os valores-notícia não são imutáveis, com mudanças de uma época histórica para outra, com sensibilidades diversas de uma localidade para outra, com destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional.

O leque de valores-notícia é vasto; a paleta tem imensas cores. Mas, como foi sublinhado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, as diferenças mais evidentes escondem semelhanças profundas: os produtos jornalísticos são

“muito mais homogêneos do que se pensa” (1997:16).

Na terça-feira de tarde do dia 11 de setembro de 2001, um “*zapping*” de todos os canais televisivos com espaços informativos disponíveis em Portugal escassos minutos após o embate do primeiro avião na torre norte do *World Trade Center*, exatamente às 14:00 horas, dava conta da partilha dos mesmos critérios de noticiabilidade entre jornalistas de diversas nações (Portugal, Estados Unidos, França, Espanha, Grã-Bretanha, Alemanha etc.): em destaque no pequeno écran a mesma cena, o mesmo local: o *World Trade Center* em chamas até ao desmoronamento das duas torres. Tinha rebentado um “mega acontecimento”: um inesperado, um insólito, um violento ataque que iria destruir os edifícios e provocar a morte de mais de três mil pessoas. Nem tudo o que figura no mundo jornalístico é ruptura, mas este “mega acontecimento” reúne diversos valores-notícia da cultura jornalística – o violento, o inesperado, o insólito e um número significativo de vítimas – para conquistar um lugar privilegiado na agenda jornalística. O mundo jornalístico pressupõe uma referência a uma noção de “normalidade” como ponto de referência fundamental. Assim, a ruptura da “normalidade” consegue um lugar de referência do mundo das notícias.

Na “Novaslândia”, o tempo está quase sempre muito nublado, com trovoadas, aguaceiros e rajadas de vento forte. Na “Novaslândia”, podemos dizer que os maus acontecimentos são ótimas notícias. As notícias não falam sobre a vida, mas sobre um subespécie peculiar da vida – esses “momentos dramáticos”, nas palavras de Stephens, em que o feitiço da realidade quotidiana é quebrado pela queda de uma ponte, pela erupção de um vulcão, ou pela morte de um herói. Acrescenta Stephens (1988:145): “O mundo aparece através das notícias como se fosse iluminado por uma *strobe light* – vemos poses exageradas, posturas desajeitadas, faces ameaçadoras, mas os movimentos seguros que podem dar significado a essas aparições têm frequentemente lugar no escuro”.

À pergunta “o que é notícia?” podemos responder que a resposta dos membros da tribo jornalística não é científica, aparece como instintiva, e permanece quase como uma lógica não explicitada. E, ao contrário do jogo de cartas, o *bridge*, não há regras que indiquem que critérios têm prioridade sobre os outros; mas os critérios de noticiabilidade existem, duradouros ao longo

dos séculos.

Uma tipificação dos acontecimentos

Tal como existe na cultura jornalística um gosto especial pela reportagem, existe igualmente um encanto por parte dos membros da comunidade jornalística pelo inesperado. Embora o jornalismo inclua muita rotina, o inesperado é o momento mágico incontornável de qualquer filme de Hollywood sobre os jornalistas; os jornalistas entram em ação, num ritmo frenético de luta heroica contra o tempo e em dedicação ao imperativo de informar os cidadãos. E estar no centro do vulcão da cobertura jornalística de um acontecimento inesperado corresponde a um momento histórico da carreira, que os jornalistas podem contar aos netos e serve para dar esperança na fadiga da rotina diária. Ser “*pivô*” quando a guerra arrebenta e defender o lugar durante longas horas faz a inveja dos colegas e os sonhos do jovem que vê a emissão e resolve querer ser jornalista.

Na sua análise seminal das notícias, a socióloga norte-americana Gaye Tuchman (1978: 46) defende que os jornalistas desenvolveram tipificações, definidas como “classificações surgindo da ação prática propositada” para controlar o trabalho.

A tipificação de acontecimento noticioso excepcional (“*What-a-story!*”) é definida como um acontecimento não programado e especificamente imprevisto, imbuído de uma tal dose de noticiabilidade que provoca uma reação excitada e um “tumulto” na redação (*ibidem*: 59-63). Na nossa lexicologia, será designada como o mega acontecimento, protótipo do acontecimento que, como sublinha Tuchman, arrebenta nas redações jornalísticas e provoca uma alteração completa na rotina, como uma nova primeira página, boletins de notícias, uma interrupção prolongada da programação normal. Exemplos de mega acontecimentos: o ataque de 11 de setembro de 2001, o acidente fatal de Princesa Diana, os primeiros passos do homem na Lua – marcados por um grau enorme de valores-notícia que fazem o consenso dos membros da comunidade jornalística, imbuídos como são pelos valores-notícia que podem incluir, entre outros, a morte, a novidade, o inesperado, a notabilidade do ator, a relevância, o conflito e o insólito.

Tuchman oferece outras tipificações: 1) os acontecimentos noticiosos localizados, definidos como uma subclassificação de notícias de relevo (*hard news*) não programadas, aparecem subitamente e devem ser processados rapidamente; 2) os acontecimentos noticiosos em continuação, definidos como acontecimentos intencionais e preanunciados que se estendem ao longo de um tempo em momentos específicos; 3) os acontecimentos noticiosos em desenvolvimento, outra classificação de notícias de relevo, associados a uma “estória súbita” e distintos dos acontecimentos noticiosos em continuação porque não são programados. Para Tuchman, acontecimentos noticiosos localizados, em desenvolvimento, em continuação e mega acontecimentos são notícias de relevo (*hard news*), definidas como “apresentações factuais de ocorrências consideradas noticiáveis” (*ibidem*: 47), em oposição a notícias ligeiras (*soft news*) definidas como “notícias que dizem respeito a fraquezas humanas” (*ibidem*: 48).

No oposto dos mega acontecimentos estão os acontecimentos de rotina. Para Molotch e Lester, os acontecimentos noticiosos de rotina distinguem-se por os *happenings* subjacentes em que presumivelmente se baseiam serem realizações intencionais e por as pessoas que se encarregam dos *happenings* (“os executores”) serem idênticas àquelas que os promovem em acontecimentos. Os acontecimentos de rotina são intencionais, pré-planejados e promovidos pelo próprio organizador. Ao contrário do mito do jornalismo como o que “acontece”, os acontecimentos de rotina constituem a maior parte dos acontecimentos noticiados. Muitos são criados pelo consumo dos profissionais do campo jornalístico, criados não só pelos especialistas do marketing político, mas também por outros agentes sociais, incluindo instituições, organismos internacionais, e as Nações Unidas, por exemplo, o dia 1º de dezembro, Dia Mundial da AIDS. Em 1961, Daniel Boorstin apontava a importância crescente dos pseudoacontecimentos na sociedade moderna, definindo este tipo de acontecimento como não espontâneo, colocado primariamente (mas nem sempre exclusivamente) com o propósito imediato de serem relatados ou reproduzidos pelos relatos noticiosos.

Duas outras tipificações que Molotch e Lester oferecem como úteis para a análise das notícias são os acidentes e os escândalos. Os acidentes são definidos como acontecimentos não intencionais e, por consequência, não pré-

planejados. Os escândalos, uma narrativa particularmente forte na cultura jornalística, são acontecimentos intencionais cujo promotor é uma terceira parte não diretamente envolvida na ocorrência. Estas duas tipificações são, para Molotch e Lester, particularmente importantes de estudar porque podem fornecer revelações interessantes sobre as ações das fontes que tenham maior acesso aos jornalistas.

Seria um lapso esquecer outro tipo de acontecimento – os “acontecimentos mediáticos” (Dayan e Katz, 1992). Para os autores deste conceito, os “acontecimentos mediáticos” são acontecimentos especiais que fazem para uma sociedade – são “ocasiões” em que a pressão da própria sociedade (1) torna o ato de assistir obrigatório. Nesse sentido, os “acontecimentos mediáticos” são como os “mega acontecimentos”, carregados de valor-notícia. Mas enquanto os “acontecimentos mediáticos” são “mega acontecimentos”, nem todos os “mega acontecimentos” são “acontecimentos mediáticos. Os ataques de 11 de setembro em Nova Iorque são um “mega acontecimento” e não um “acontecimento mediático”. Uma segunda característica do “acontecimento mediático” é que são (2) pré-planejados e preanunciados, de tal forma que (3) a sua transmissão seja ao vivo. Como escreve Katz (1980/1993: 53): “As câmaras e os microfones estão postos e transportam-nos simultaneamente ao lugar onde o acontecimento está a ter lugar”.

Assim, para Dayan e Katz, os “acontecimentos mediáticos” são (4) enquadrados no tempo e no espaço. Assim, a Guerra do Golfo não é um “acontecimento mediático”, mas a Copa do Mundo de Futebol é definido pelos autores como um acontecimento mediático; exemplo do terceiro tipo de “acontecimento mediático”, a competição. Os outros dois são: a missão heroica (por exemplo, a viagem do presidente norte-americano, Nixon, à China), e a ocasião de estado (por exemplo, o funeral da Princesa Diana da Inglaterra).

Para Dayan e Katz, o “acontecimento mediático” tem (5) um elemento de grande drama ou ritual. Escreve Katz (1980/1993:53): “(O) processo tem de estar carregado de emoções ou símbolos, e o resultado repleto de consequências”. A sexta e última característica do “acontecimento mediático” é que este tipo de acontecimento põe em destaque um grupo ou uma

personalidade heroica. Sobre este ponto, Elihu Katz faz esta observação: “Isto não é negar a capacidade da televisão para dramatizar e personalizar até os assuntos abstratos, quando a isso é obrigada”.

Num estudo sobre a problemática da AIDS (Traquina, 2001), a diversidade de tipificações de acontecimentos que estão envolvidos na cobertura jornalística da problemática é amplamente exemplificada.

Enquadrada como uma estória médica, a problemática do HIV/AIDS é um acontecimento noticioso em desenvolvimento que gira à volta da busca de uma vacina e das descobertas inesperadas relacionadas com o vírus. Igualmente importante, o tema do HIV/AIDS é uma estória em continuidade de uma ameaça mortal que se propaga constantemente: as resmas de estatísticas sobre o número de infectados e mortos são uma característica constante da cobertura do HIV/AIDS. Ambos se rotinizaram (a publicação de relatórios mensais e a publicação regular de revistas científicas, como a *New England Journal of Medicine*), explicando em grande parte como se transformou o tema num acontecimento de rotina. Mas a sua cobertura noticiosa envolve outros tipos de acontecimentos: acontecimentos noticiosos localizados (voluntários do *Names Project* reúnem-se em Washington, motoristas de táxi dinamarqueses distribuem preservativos, um bispo católico condena a promiscuidade sexual); pseudoacontecimentos (o Ministro da Saúde visita um hospital com doentes no Dia Mundial da AIDS; é dada uma conferência de imprensa para o lançamento de uma campanha de Verão promovendo o uso do preservativo); escândalos (centenas de franceses estão infectados com o vírus do HIV devido às transfusões de sangue, um hospital recusa-se a tratar um doente soro positivo); acidentes (um dentista transmite o vírus a um doente, uma enfermeira pica o dedo numa agulha contaminada); acontecimentos noticiosos de rotina (mais um seminário sobre a transmissão da AIDS, mais um Dia Mundial da AIDS); e até acontecimentos noticiosos excepcionais que fazem parar as impressoras (uma famosa estrela de cinema de Hollywood morre com uma infecção relacionada com AIDS, Magic Johnson revela que é soropositivo).

Entre a multiplicidade de acontecimentos, o peso das notícias em desenvolvimento, principalmente de acontecimentos associados às atividades biomédicas, e os acontecimentos noticiosos em continuação, têm rotinizado a

cobertura jornalística do HIV/AIDS, tanto mais que ocorrências pré-programadas – convenções internacionais, a publicação de revistas médicas, o Dia Mundial da AIDS – têm sido úteis para manter a problemática na agenda jornalística.

Uma conclusão do estudo foi que o drama do leitor soropositivo que tem o hábito de consumir as notícias e a exposição constante às notícias fornecem poucas ocasiões para acender as velas das esperanças, devido a sua carga negativa.

1 Em Portugal, “canadianos”. (NR)

2 Em Portugal, cabide. (NR)

3 “Temporada da Bobagem”, no Brasil; em Portugal, “Temporada da Parvoíre”. (NR)

Parte II

Uma comunidade interpretativa transnacional

O jornalismo enquanto atividade remunerada desenvolveu-se durante o século XIX, na sequência de um processo complexo de industrialização da sociedade, escolarização, urbanização, avanços tecnológicos e a implantação de regimes políticos em que o princípio da liberdade de imprensa se tornou sagrado (O'Boyle, 1968; Schudson, 1978; Schiller, 1979; Ferenczi, 1993).

Mas a história do jornalismo tem sido também um processo de profissionalização, lento e difícil, no qual a procura de estatuto social e de legitimidade por parte dos jornalistas constituem objetivos essenciais, tendo como modelo de referência as profissões liberais, como os médicos e os advogados.

Se os resultados desta luta demonstram que os objetivos ainda não foram totalmente conseguidos, devido em grande parte à dificuldade em definir um território profissional (Ruellan, 1993), ainda hoje amplamente demonstrado pelo número de modalidades de acesso à profissão, houve conquistas importantes, como o reconhecimento do sigilo profissional, que coloca a relação entre o jornalista e a fonte num nível tão privilegiado como a relação entre o médico e o paciente.

Tivemos a oportunidade de verificar a existência de uma identidade jornalística, para a qual foi crucial a “formação de ideologias justificativas” (Elliott, 1978:189), tais como o jornalismo enquanto “Quarto Poder”. Para além do *ethos* profissional, postulei a existência de um conjunto de valores e normas (a objetividade, a independência, o imediatismo) que formam uma ideologia profissional, cimento essencial na definição do “ser jornalista”. Mais ainda, existe também toda uma cultura profissional, com uma linguagem própria (o “jornalês”) (Phillips, 1976a/1993), uma maneira própria de saber (Phillips, 1976a/1993), uma maneira própria de sentir o tempo (Schlesinger, 1977/1993), uma panóplia de cultos, símbolos e mitologia repletos de um conjunto de imagens estereotipadas do herói, do colega ideal, dos vilões. Em suma, se a identidade do jornalismo enquanto profissão continua a ser problemática, é bem clara a existência de uma identidade jornalística, ou seja, existe uma resposta bem precisa à pergunta “o que é que significa ‘ser jornalista’». Antropologicamente falando, a comunidade jornalística é uma tribo, e as características e ideologia dessa tribo são um fator crucial na

elaboração do produto jornalístico.

Postulamos agora que esta comunidade interpretativa chamada jornalistas é uma comunidade transnacional, uma diáspora, espalhada pelo mundo. Num primeiro momento, através de um “estudo de casos” – a cobertura jornalística de uma problemática chamada AIDS –, iremos testar esta hipótese teórica. Num segundo momento, iremos examinar diversos estudos sociológicos sobre a comunidade jornalística em diversos países.

Capítulo 3

Análise de caso: a comunidade jornalística e a problemática da AIDS

Como afirmamos previamente, estamos interessados na consolidação e exploração da teoria. Em termos de consolidação da teoria, as nossas questões de pesquisa mais importantes são: 1) Serão as notícias “orientadas para o evento” ou “orientadas para o tema”?; 2) Será a proximidade, geográfica ou cultural, um fator determinante na cobertura noticiosa?; 3) Quem são os principais agentes na cobertura noticiosa da AIDS? Isto é, serão as notícias sobre HIV/AIDS dominadas por “fontes oficiais”? Como e quando estão os indivíduos soropositivos e as vítimas da AIDS presentes na cobertura noticiosa da doença? Em termos de exploração da teoria, a nossa hipótese central é a de que os jornalistas, através das fronteiras nacionais, partilham “valores-notícia” semelhantes e constituem, portanto, uma “comunidade interpretativa” transnacional.

A nossa estratégia de investigação consiste numa perspectiva de *case study* comparativo. Procuraremos responder às nossas questões examinando como foi coberto um tema (AIDS) em quatro países diferentes (Estados Unidos, Brasil, Portugal e Espanha) devido a considerações logísticas e de língua. Embora tenha sido efetuada muita investigação sobre notícias, pouca dessa investigação é comparativa. Para o nosso estudo, a dimensão comparativa, com países de três continentes diferentes, é essencial para testar a hipótese central no curso de ação da nossa exploração teórica.

Por que a AIDS?

A AIDS foi escolhida para este *case study* precisamente por ser um problema global que afeta todos os países. A extensa disseminação por todo o planeta do vírus do HIV começou entre os meados e o final dos anos 1970. Em menos de duas décadas – durante a primeira das quais era desconhecido e insuspeito – o HIV tornou-se a primeira pandemia moderna. Mann, Tarantola

e Netter (1992) escrevem: “(...) O HIV tem demonstrado repetidamente a sua capacidade para atravessar todas as fronteiras – sociais, culturais, econômicas, políticas – e as condições que alimentam a disseminação do HIV são complexas e mutáveis.”

Até ao fim de 1999, estima-se em 34,3 milhões o número de pessoas em todo o mundo – 33 milhões de adultos e 1,3 milhões de crianças – que viviam com o HIV/AIDS. Mais de 71 por cento destas pessoas (24, 5 milhões) vivem na África subsaariana; outros 16 por cento (5,6 milhões) vivem no sul e sudoeste asiático. Em nível mundial, aproximadamente 1 em cada 100 adultos com idade entre os 15 e os 49 anos está infectado com o HIV. Na África subsaariana, cerca de 8,6 por cento de todos os adultos neste grupo etário estão infectados. Em 16 países africanos, a prevalência da infecção entre os adultos de 15 a 49 anos excede 10 por cento. Aproximadamente 47 por cento dos 34,4 milhões de adultos infectados em todo o mundo são mulheres. Calcula-se que surgiram 5,4 milhões de novos casos de infecções em todo o mundo em 1999 (UNAIDS, 2000).

Durante 1999, as mortes cumulativas associadas ao HIV/AIDS em todo o mundo foram aproximadamente de 18,8 milhões – 15 milhões de adultos e 3,8 milhões de crianças. Só em 1999, as doenças associadas ao HIV/AIDS causaram a morte de aproximadamente 2,8 milhões de pessoas em todo o mundo, incluindo-se aí cerca de 480.000 crianças (UNAIDS, 2000). Nos Estados Unidos, verificaram-se mais de 400.000 mortes entre as pessoas com AIDS e ela é agora a quinta causa de morte entre as pessoas de 25 a 44 anos, logo atrás dos ferimentos não intencionais, do câncer, das doenças cardíacas e do suicídio (Murphy, 2000).

Quadro 1: Número de casos de AIDS registrados por ano (em números absolutos)

Ano/País	EUA	Brasil	Portugal	Espanha
1979	0	0	0	0
1980	91	1	0	0
1981	319	0	0	0
1982	1170	11	0	0
1983	3076	36	0	7
1984	6240	132	0	0
1985	11776	563	18	66
1986	19032	1148	27	156
1987	28564	2708	45	543
1988	35447	4380	110	1370
1989	42674	6099	150	2367
1990	48634	8584	222	2831
1991	59660	11370	232	3904
1992	78530	14348	386	5273
1993	78834	18096	452	5477
1994	71874	17504	580	7071
1995	68505	18383	698	6757
1996	59347	19292	861	6935
1997	47149	17187	919	6064
1998	38393	7584	888	4197
1999	25341	-	970	3462
Total	724656	145327	6558	56491

Nos quatro países incluídos neste estudo, o número de casos de AIDS reportados por ano cresceu continuamente de 1981 a 1993 (ver Quadro 1). O número reportado de casos começou a cair nos Estados Unidos em 1994 e tem caído continuamente desde essa altura. No caso do Brasil, o número de casos desceu em 1994, para logo começar a crescer em 1996; desde então tem havido um decréscimo significativo. Na Espanha, o decréscimo no número de casos de AIDS só começou em 1995, depois cresceu em 1996, e desde então caiu mais de 50 por cento. Portugal é o único país do nosso estudo em que o número de casos reportados não desceu. O número de casos cresceu continuamente ano após ano até atingir 970 casos reportados de AIDS em 1999.

A taxa de infecção pelo HIV nos quatro países examinados está abaixo da média geral de 1,07 por cento e apenas varia ligeiramente: 0,57 por cento no Brasil; 0,58 na Espanha; 0,61 nos Estados Unidos e 0,74 em Portugal.

Não obstante, a AIDS tem constituído uma preocupação pública significativa durante os anos 1980 e 1990. Segundo uma sondagem Gallup de 1987, mais de dois terços dos americanos identificaram-na como “o mais

urgente problema de saúde” com que o país se debatia. Ela continuou a ser vista como o problema de saúde número um em sondagens feitas em 1991, 1992 e 1997, mas desceu para terceiro lugar no ano 2000. Segundo as duas sondagens feitas em 1991, 45 por cento (em maio) e 55 por cento (em novembro) viam a AIDS como problema de saúde mais grave. Em 1992, 41 por cento dos americanos declararam que ela era o problema de saúde mais urgente. Em 1997 e 1999, era ainda considerada o problema de saúde número um (29 e 34 por cento respectivamente). Em 2000, apenas 18 por cento dos americanos consideraram-na ser o problema de saúde mais urgente, colocando-a em terceiro lugar, atrás dos custos/seguros de cuidados de saúde e do câncer (ver Quadro 2).

Quadro 2: Problemas de saúde mais urgentes nos EUA (em percentagem)

Ano Problema	1987	1991 maio	1991 nov.	1992	1997	1999	2000
AIDS	68	45	55	41	29	34	18
Câncer	14	16	6	5	15	23	20
Custo dos cuidados de saúde	1	12	21	30	15	13	23
Drogas	3	4	0	0	5	2	2
Doenças cardíacas	7	2	2	2	3	5	3
Tabaco	2	0	0	0	2	2	1
Fome	2	2	0	0	1	2	0
Alcoolismo	1	0	0	0	1	2*	2*
Outras	6	13	13	18	23	22	26

Fonte: Gallup

* As categorias “Drogas” e “Alcoolismo” foram fundidas numa em 1999 e 2000.

** A categoria “Sem Opinião” representou 3% em 1987; 4% em 1991 (maio); 3% em 1991 (novembro); 4% em 1992; 5% em 1997; 6% em 1999; 7% em 2000.

A AIDS tem constituído também uma preocupação significativa nos outros países do nosso estudo. Em resposta à pergunta sobre se o governo devia ou não dar prioridade à AIDS, 90 por cento dos portugueses e 84 por cento dos espanhóis inquiridos responderam afirmativamente. Na Espanha, ela estava em quarto lugar, atrás do desemprego, da pobreza e da droga. Em

Portugal, estava em quarto lugar, atrás do desemprego, da droga e da saúde e segurança social. Nesta sondagem Euro-barômetro de opinião pública na comunidade europeia, os números iam de 69 por cento concordando que “devia ser dada prioridade à AIDS” em Luxemburgo a 98 por cento na Alemanha, França e Holanda.

Questões metodológicas

O Quadro 3 apresenta o número de itens sobre a AIDS, segundo a Lexis/Nexus que registra notícias num conjunto de jornais de língua inglesa demonstrando um pico no número de notícias sobre o tema em 1992, um ano antes do período escolhido para esta análise de caso.

**Quadro 3: Número de histórias sobre HIV/AIDS (1981–1999)
segundo a LEXIS-NEXUS (em números absolutos)**

	j	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	total
1981	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0	1	0	6
1982	2	1	0	0	3	3	1	2	0	0	0	3	15
1983	2	33	3	2	8	19	40	21	12	19	17	11	157
1984	16	11	16	24	11	15	6	20	17	41	28	25	230
1985	40	44	55	44	40	32	85	169	271	282	199	159	1420
1986	174	173	132	120	132	173	203	187	214	255	305	249	2317
1987	307	429	423	390	423	632	455	492	470	517	399	405	5342
1988	461	367	362	272	346	311	259	308	279	377	302	329	3973
1989	278	308	263	285	261	353	253	322	324	317	338	350	3652
1990	365	291	346	365	351	493	300	271	314	322	343	366	4114
1991	296	250	250	369	382	515	412	365	430	499	1249	744	5761
1992	490	487	414	561	451	452	700	445	407	538	566	625	6136
1993	418	560	475	550	453	670	435	409	451	381	403	525	5730
1994	638	489	508	410	429	379	423	507	384	432	471	523	5593
1995	371	534	556	374	465	427	572	314	361	395	350	359	5178
1996	393	535	425	346	423	372	557	333	386	410	315	355	4850
1997	290	270	268	330	325	292	299	263	495	417	477	411	4137
1998	260	361	329	272	272	364	326	224	292	361	322	334	3717
1999	201	282	227	221	238	241	267	265	246	305	276	335	3104

Adotamos a estratégia do “jornal principal” segundo a qual foi selecionado um jornal de qualidade em cada um dos países (o *New York Times* nos Estados

Unidos, a *Folha de São Paulo* no Brasil, *El País* na Espanha e o *Diário de Notícias* em Portugal). A estratégia do “jornal principal” tem sido usada com bastante frequência na investigação jornalística desde os anos 1950 (Unesco, 1953). Os jornais de qualidade seguem uma linha editorial bem exemplificada pelo famoso lema do *New York Times*: “*All the news that’s fit to print*”. Argumenta-se que os chamados jornais de qualidade tentam dar aos cidadãos a informação que deveriam ter enquanto opostos à chamada imprensa popular, que tenta dar às audiências o que elas querem. Para testar as supostas diferenças entre imprensa popular e de qualidade, incluímos um jornal popular português, o *Correio da Manhã*.

Foram examinadas todas as edições dos cinco jornais, de forma a localizar todos os itens relacionados com a AIDS (notícias, artigos, editoriais, fotografias, *cartoons*, cartas ao diretor, entrevistas, artigos de opinião) publicados durante os três meses entre 1º de outubro e 31 de dezembro de 1993 – um total de 92 dias de notícias. Foram excluídos os anúncios.

Utilizou-se então a análise de conteúdo para examinar os 417 itens encontrados nos cinco jornais. O Quadro 4 indica o número de itens em cada jornal para cada semana do nosso estudo.

Cada item foi codificado pelos seguintes aspectos:

- 1) Autoria do item (não assinado, assinado pelo jornalista etc.);
- 2) Origem jornalística (agência noticiosa doméstica, agência noticiosa internacional, jornalista do *staff* etc.);
- 3) Gênero jornalístico (sumário, notícia, artigo, editorial etc.);
- 4) Tamanho do item (menos de dois parágrafos, de três a dez, mais de dez);
- 5) Proeminência do item noticioso (primeira página, outra);
- 6) Enfoque do item (nacional ou internacional);
- 7) Localização geográfica segundo o continente (América do Norte, Europa etc.);
- 8) Localização geográfica precisa em termos de país (EUA, França etc.);
- 9) Orientação para o evento (referência a um evento específico ou não);
- 10) Conteúdo do item segundo as categorias usadas por Rogers, Dearing e Chang (ver nota 1);

11) Principal agente noticioso do item (ver nota 2);

Cada jornal do nosso estudo foi analisado por dois codificadores que subsequentemente resolveram quaisquer diferenças na sua codificação de cada item. O acordo intercodificador total variou de 89 por cento para o *Diário de Notícias* a 99 por cento para a *Folha de São Paulo* e *El País*. Em categorias específicas, o acordo intercodificador variou de 74 para 100 por cento.

A análise de conteúdo dos 417 itens foi complementada por uma leitura qualitativa dos itens. Embora o estudo esteja limitado apenas à cobertura noticiosa de um tema, e o período de tempo sob escrutínio não seja extenso, sustentamos que as descobertas fornecem uma melhor compreensão das notícias. Concretamente, iremos examinar algumas conclusões sugeridas pela sociologia do jornalismo e testar a hipótese teórica de que os jornalistas são uma comunidade interpretativa transnacional.

**Quadro 4: Número de itens noticiosos sobre AIDS
(em números absolutos)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN	Total
Semana 1 (out. 1-3)	0	1	3	1	3	8
Semana 2 (out. 4-10)	7	7	7	6	4	31
Semana 3 (out. 11-17)	2	6	4	8	3	23
Semana 4 (out. 18-24)	3	7	2	1	2	15
Semana 5 (out. 25-31)	2	2	3	7	9	23
Semana 6 (nov. 1-7)	4	12	9	2	6	33
Semana 7 (nov. 8-14)	7	10	8	8	8	41
Semana 8 (nov. 15-21)	5	6	6	2	8	27
Semana 9 (nov. 22-28)	15	6	10	2	10	43
Semana 10 (n. 29-d.5)	33	19	15	10	10	87
Semana 11 (dez. 6-12)	12	6	8	0	3	29
Semana 12 (dez. 13-19)	2	3	8	4	5	22
Semana 13 (dez. 20-26)	6	2	6	2	2	18
Semana 14 (dez. 27-31)	4	6	2	1	4	17
Total	102	93	92	54	77	417

A consolidação teórica

“Orientadas para o acontecimento”

Como já tivemos oportunidade de sublinhar, o jornalismo e o tempo estão intimamente envolvidos. Na verdade, o estudo das notícias deve abraçar uma obrigação de analisar o que talvez possa muito bem ser o eixo central do campo jornalístico, utilizando o termo “campo” no sentido de Pierre Bourdieu de um “campo intelectual”, definido como “um sistema de relações sociais no

qual tem lugar a criação como ato de comunicação” (citado em Schlesinger, 1990:77; ver também Bourdieu, 1979; 1984; Esteves, 1998).

O sociólogo britânico Philip Schlesinger (1977/1993:178) escreve: “Estudar os conceitos temporais, e o seu papel na produção (de notícias) é, praticamente, tão relevante como estudar as bem exploradas áreas dos valores-notícia, objetividade e profissionalismo”. Acrescenta Schlesinger: “A compreensão do sistema de produção que dá origem às notícias aumenta quando o fator tempo é realçado” (1977/1993:178).

O sociólogo norte-americano Michael Schudson (1986) sublinha também o papel nevrálgico do fator tempo na cultura jornalística descrevendo os jornalistas como pessoas com uma “cronamentalidade”. Schlesinger sublinha o mesmo ponto quando descreve os jornalistas como “membros de uma cultura de cronômetro” e as organizações jornalísticas como “um tipo de máquina do tempo” (1977/1993:178).

As organizações jornalísticas funcionam no interior de um ciclo temporal específico marcado tiranicamente por horas de fechamento. A tirania do fator tempo, a centralidade do conceito de “atualidade” na cultura jornalística (Weaver, 1975/1993), a importância do “imediatismo” como valor fundamental da profissão (Roscho, 1975), o imperativo para os jornalistas de responder à pergunta básica, “o que há de novo?”, tudo se combina para levar o jornalismo a privilegiar a cobertura de acontecimentos. Tuchman (1978:134) diz que o trabalho jornalístico é uma atividade prática diária cujo ritmo exige uma ênfase nos acontecimentos, e não nas problemáticas. Patterson (1997/2000:82) sublinha o mesmo ponto: “Os jornalistas reagem menos à premente exigência de temas que à implacável agitação do ciclo noticioso. Cada dia é uma nova partida, uma nova realidade. Aprecia-se, assim como a certeza. Os jornalistas devem ter uma ‘estória’ para contar, e esta deve ser diferente da de ontem. A velocidade do ciclo noticioso e a procura implacável de ‘estórias’ guiam o jornalista na direção de certos desenvolvimentos, afastando-o de outros”.

Segundo Tuchman, os acontecimentos estão “enterrados concretamente na teia de faticidade”, quem?, o quê?, quando?, onde?, porquê? e como? do tradicional *lead* noticioso. Na sua análise da cobertura norte-americana do movimento feminista nos anos 60, Tuchman mostra como o fator tempo

impedia a cobertura noticiosa e tornava mais difícil o acesso do movimento aos *media* noticiosos.

Controlados pelo relógio, dedicados ao conceito de atualidade, obcecados pela novidade, os jornalistas estão permanentemente envolvidos numa luta (aparentemente perdida) de reagir aos (últimos) acontecimentos. A abordagem das problemáticas requer mais recursos para elaborar a cobertura de algo não definido no espaço e no tempo. Requer, ironicamente, muitas vezes, o subterfúgio do tempo para ligar a problemática à atualidade.

A proximidade geográfica

Shoemaker e Reese (1991:91) identificam a proximidade como um valor-notícia chave. Os autores afirmam que os acontecimentos que se passam próximo são considerados mais noticiáveis e importantes que os distantes. Outros autores defenderam o mesmo ponto de vista (Baskette, Sissors *and* Brooks, 1982; Dennis *and* Ismach, 1981; Stephens, 1980).

Num dos primeiros exames teóricos dos valores-notícia no jornalismo, Galtung e Ruge (1965) sublinharam a importância da proximidade geográfica e cultural no fluxo noticioso internacional. Por causa da proximidade geográfica ou cultural, um certo acontecimento ou tema é julgado “significativo” e, assim, argumentam os autores, mais provavelmente será considerado noticiável.

Poder-se-ia talvez dizer que a proximidade se tornou importante no jornalismo com o aparecimento da imprensa popular no século XIX, nomeadamente devido à importância dada à “história de interesse humano local” (Allan, 1999:16). Embora não existam estudos longitudinais sobre o espaço noticioso dedicado aos assuntos estrangeiros, estudos publicados nos anos 50 apontam para um pequeno “buraco noticioso” para notícias do estrangeiro. Por exemplo, o estudo do *International Press Institute* sobre 93 jornais americanos durante quatro semanas distintas entre outubro de 1952 e janeiro de 1953 (durante a guerra da Coreia) concluiu que a proporção média de notícias do estrangeiro em relação ao espaço escrito é de pouco mais de 8 por cento (Cohen, 1963:115).

Um estudo mais recente sobre jornais e agências noticiosas asiáticas “de prestígio” descobriu que tais jornais e agentes eram essencialmente locais,

refletindo os interesses e necessidades das suas audiências, dedicando cerca de 75 por cento das suas notícias aos seus próprios países (Schramm, 1980). Um estudo comparativo mais recente de 17 jornais identifica também a importância da proximidade geográfica como um valor-notícia importante. É dada mais atenção em cada um dos países à região do que a qualquer outra parte do mundo. Stevenson e Cole (1984:37) escrevem: “A proporção de notícias regionais vai de cerca de um terço de toda a cobertura estrangeira até cerca de dois terços. Em média, cerca de metade das notícias do estrangeiro nos *media* do Terceiro Mundo tem origem na região geográfica local.”

O papel dominante das fontes oficiais

O jornalismo é uma atividade prática, continuamente confrontada com 1) prazos-limite, 2) o imperativo de corresponder ao valor do imediatismo, e 3) a natureza anárquica da sua matéria-prima – os acontecimentos – porque acontecimentos considerados noticiáveis podem ter lugar em qualquer altura e em qualquer lugar.

As organizações noticiosas precisam assim impor a ordem no tempo e no espaço; os jornalistas precisam de rotinas para processarem regularmente a sua matéria-prima e corresponderem ao imperativo de produzir a notícia antes do prazo-limite. Em resumo, as organizações noticiosas e os jornalistas precisam “rotinizar o inesperado” (Tuchman, 1974).

A socióloga americana Gaye Tuchman usa o termo “rede noticiosa” para se referir à prática das organizações noticiosas de criarem um sistema de repórteres enviados aos locais e instituições que se espera que gerem acontecimentos noticiáveis. Para Tuchman (1978:23), “a formação em rede da dispersão dos repórteres é de importância teórica, porque é uma chave para a constituição de notícias.” A rede noticiosa impõe a ordem no mundo social porque habilita os acontecimentos noticiosos a ocorrerem em alguns locais, mas não noutros. Como escrevem Shoemaker e Reese (1991:86): “As rotinas podem ser consideradas um meio para atingir um fim, mas muitas vezes estes meios, tendo-se institucionalizado, ganham vida própria.” Através da extensão da rede noticiosa e da dependência das rotinas, o processo de fabricação de notícias torna-se, nas palavras de Michael Schudson (1986: 81), “normalmente

uma questão de uma burocracia recolher itens noticiosos pré-fabricados por representantes de outra burocracia.”

Duas conclusões essenciais são que: 1) nem todos os agentes sociais são iguais no seu acesso aos jornalistas; e 2) as fontes oficiais são as fontes dominantes na produção de notícias.

O sociólogo britânico Philip Schlesinger (1978) escreve que as fontes não são iguais e que o seu acesso aos jornalistas não está distribuído igualmente. O sociólogo americano Herbert Gans defende o mesmo ponto de vista. Escreve Gans (1979:81):

Os econômica e politicamente poderosos conseguem obter fácil acesso aos, e são procurados pelos jornalistas; os que não têm poder são mais dificilmente abordados pelos jornalistas e não são geralmente procurados até as suas atividades produzirem notícias de desordem social ou moral.

Num dos primeiros estudos acadêmicos sobre a relação entre os jornalistas e as suas fontes, Leon Sigal (1973) confirmou a predominância das fontes oficiais. Neste estudo, funcionários governamentais americanos e estrangeiros constituíam 75 por cento de todas as fontes noticiosas e quase 60 por cento das notícias tinham origem através de canais de rotina controlados pela fonte. Num estudo de 1975 sobre um derrame de petróleo na Califórnia, Molotch e Lester (1975) descobriram que as fontes oficiais, tanto a nível federal como local, eram claramente usadas com maior frequência que os grupos ecológicos não governamentais, embora este domínio fosse maior na imprensa nacional que na local. Num estudo mais recente de outro desastre natural, Sood, Stockdale e Rogers (1987) descobriram que 78 por cento das fontes citadas eram oficiais.

A noção de uma “hierarquia da credibilidade” (Becker, 1967) reforça a dependência das fontes oficiais. Paletz e Entman argumentam que os jornalistas preferem as fontes oficiais porque são mais fáceis de contactar e porque são consideradas tanto mais informadas como mais credíveis. Fishman (1980) concluiu que a dependência dos jornalistas das rotinas também influencia a sua análise das notícias.

Uma das mais fortes asserções do domínio das fontes oficiais no processo de produção de notícias é feita por um grupo de investigadores britânicos. Stuart Hall *et al.* argumentam que as concepções jornalísticas de

“competência” e “credibilidade” ajudam a assegurar que as notícias estejam dependentes de fontes oficiais “legítimas”. Hall *et al.* (1978:58) afirmam que a luta diária para negociar as exigências profissionais da fabricação de notícias produz “um sobreacesso aos *media* sistematicamente estruturado pelos que estão em posições institucionais poderosas e privilegiadas.”

Estas fontes tornam-se no que Hall *et al.* chamam “definidores primários” da notícia. Os que não têm acesso regular aos meios noticiosos têm que recorrer ao “acesso desordenado”. Como escrevem Molotch e Lester (1974:102), “estas fontes têm que ‘fazer notícias’ de algum modo invadindo os preparativos contínuos da feitura de notícias, gerando surpresa, choque ou alguma forma mais violenta de perturbação.”

Outro estudo britânico que focava a cobertura noticiosa da AIDS afirma que as “vozes alternativas” têm a possibilidade de intervir, mas conclui: “Não discordaríamos do fato de fontes mediáticas poderosas terem um papel crucial na determinação do fluxo de saída dos meios» (Miller e Williams, 1993).

Os resultados

1. Características gerais da cobertura do HIV/AIDS de 1º de outubro a 31 de dezembro de 1993

Como já foi dito, foram encontrados 417 itens sobre o HIV/AIDS nos cinco jornais sob estudo durante o período de 1º de outubro a 31 de dezembro de 1993, com o diário matutino popular lisboeta *Correio da Manhã* (54 itens) oferecendo aos seus leitores menos notícias sobre a AIDS que os jornais de qualidade. A *Folha de São Paulo* tinha 102 itens, *El País* tinha 93 itens, o *New York Times* tinha 91 itens, e o *Diário de Notícias* tinha um total de 77 itens.

Durante o período de 92 dias sob exame, não houve notícias sobre AIDS em mais de metade dos dias tanto no *Correio da Manhã* (65%) como na *Folha de São Paulo* (58%), e um pouco menos de metade dos dias no *Diário de Notícias* (47%), *New York Times* (40%), e *El País* (39%). Com exceção do *New York Times*, a cobertura noticiosa sobre o HIV/AIDS é bastante esporádica: todos os outros jornais tiveram um período de seis ou mais dias sem qualquer notícia sobre AIDS. Na verdade, a cobertura noticiosa apresentada pelo jornal brasileiro lembra uma viagem numa montanha russa, com longos, frequentes

períodos sem cobertura (um até de onze dias) e uma forte concentração de itens por volta do Dia Mundial da AIDS, a 1º de dezembro.

Não obstante, existe uma forte semelhança entre os cinco jornais: um pico na cobertura noticiosa ocorre por volta do Dia Mundial da AIDS. O número de itens noticiosos publicados três dias antes e depois de 1º de dezembro constitui 13 por cento de todos os itens no *Diário de Notícias*, 16 por cento no *Correio da Manhã*, 18 por cento no *New York Times*, 19 por cento no *El Pais*, e uns incríveis 39 por cento na *Folha de São Paulo*. No total, mais de um quinto dos itens noticiosos sobre o tema aparecem neste período de tempo. A importância da cobertura noticiosa sobre o Dia Mundial da AIDS será desenvolvida mais tarde neste ensaio.

Uma vista de olhos pelo Quadro 5 mostra que pouco nestes jornais vinha assinado por pessoas fora da profissão jornalística, ou dito de outra forma, o conteúdo foi preparado pelos membros da tribo jornalística. Menos de 10 por cento vem assinado por “*opinion makers*”, ou por especialistas, ou por leitores, e no caso de dois jornais, nomeadamente *El Pais* e o *Correio da Manhã*, apenas 2 por cento. Uma diferença essencial é evidente entre os jornais de qualidade e o jornal popular, o *Correio da Manhã*: a percentagem de itens sem assinatura é extremamente elevada no jornal popular.

Segundo o Quadro 6, o *New York Times* teve a maior percentagem de itens produzidos por jornalistas da redação, seguido de perto pelos outros jornais de qualidade. Mais uma vez, a prática de não identificar a fonte dos itens usada pelo *Correio da Manhã* distingue este jornal dos outros no nosso estudo.

Quadro 5: Autoria dos itens noticiosos (em percentagem)

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Não assinado	65	25	30	94	65
Assinado por jornalista	25	49	63	0	30
Iniciais	0	24	1	4	1
Assinado por colunista	0	2	0	2	4
Assinado por especialista	7	0	4	0	0
Assinado por leitor	3	0	1	0	0
				qui-quadrado 64.850	
				probabilidade 0.000	

Quadro 6: Origem jornalística

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Agência de notícias internacional	13	24	8	0	14
Agências de notícias nacional	0	17	12	6	1
Outro jornal	1	0	0	2	0
Jornal da redação	43	44	58	0	47
Combinação	1	3	0	2	4
Outro	10	1	13	2	7
Não aplicável	32	11	10	88	27
				qui-quadrado 71.689	
				probabilidade 0.000	

As notícias dominaram a cobertura do HIV/AIDS nos cinco jornais, indo de 82 por cento na *Folha de São Paulo* a 98 por cento no *Correio da Manhã*. Pouca atenção foi dada a ela em entrevistas, editoriais, artigos de opinião ou cartas ao diretor. Apesar disso, no entanto, houve mais artigos de opinião e cartas ao diretor no jornal brasileiro, devido a um esforço especial feito a propósito do Dia Mundial da AIDS. Dois jornais não publicaram editoriais sobre o tema (*Folha de São Paulo* e *Correio da Manhã*); o *Diário de Notícias* publicou um, o *El País* publicou dois, e o *New York Times* publicou três. Quase metade dos editoriais publicados pelos jornais eram dedicados ao Dia Mundial da AIDS, outra indicação da sua importância na cobertura deste tema.

O *New York Times* tinha peças mais longas que as encontradas nos outros jornais: 59 por cento dos itens no *New York Times* tinham mais de dez parágrafos, em comparação com apenas 6 por cento no *El País*, 7 por cento na *Folha de São Paulo*, e 9 por cento no *Correio da Manhã*.

Quadro 7: Gênero jornalístico (em percentagem)

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Breve	35	29	13	6	22
Notícias	40	54	57	79	61
Reportagem	7	10	19	13	7
Entrevista	0	2	0	0	3
Editorial/Opinião	6	2	2	2	4
Carta	4	0	1	0	0
<i>Cartoon</i>	0	0	0	0	0
Fotografia	0	0	3	0	1
<i>Dossier</i>	2	2	0	0	0
Outro	5	1	4	0	1
qui-quadrado 74.6490					
probabilidade 0.000					

Os dados do Quadro 8 mostram também que, com exceção do *New York Times*, mais de um quinto dos itens nos jornais não tinham mais de dois parágrafos: 20 por cento no *Diário de Notícias*, 24 por cento no *Correio da Manhã*, 31 por cento no *El Pais*, e uns incríveis 42 por cento na *Folha de São Paulo*.

**Quadro 8: Tamanho do item
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Breve	41	31	12	24	20
30-10 parágrafos	48	62	26	67	52
Mais de 10 parágrafos	7	6	59	9	23
Não aplicável	3	1	3	0	5
qui-quadrado 51.117					
probabilidade 0.000					

Que proeminência é dada às notícias sobre HIV/AIDS nos cinco jornais do nosso estudo? Por proeminência, queremos dizer, acima de tudo, atenção na primeira página, mas pode também significar um editorial, um artigo de fundo na revista dominical do jornal, ou um suplemento especial. Através da questão da proeminência, e da atenção na primeira página, em particular, começamos pela primeira vez no nosso estudo a chegar aos “valores-notícia” que os jornalistas usam no seu trabalho.

Segundo o Quadro 9, todos os jornais, numa altura ou noutra, deram algum tipo de proeminência às notícias sobre AIDS. Na sua maior parte, contudo, tais notícias foram relegadas para as páginas interiores. O número elevado na *Folha de São Paulo* resulta do fato de o suplemento especial publicado no Dia Mundial da AIDS conter 18 itens. Para além deste suplemento, ela só foi notícia de primeira página duas vezes no jornal brasileiro, e foi notícia de primeira página também duas vezes no *Correio da Manhã* (o único tipo de proeminência dada a este assunto neste jornal popular). Surgiu seis vezes na primeira página do *Diário de Notícias* e sete na do *New York Times*. Nunca apareceu na primeira página do *El País*. Apenas 4 por cento de todos os itens sobre AIDS nos jornais do nosso estudo receberam tratamento de primeira página.

**Quadro 9: Proeminência do item
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Primeira página	1	1	7	4	8
Edição especial					
Interior	99	99	93	96	92
			qui-quadrado 21.657		
			probabilidade 0.042		

As notícias de primeira página tiveram como fator um importante valor para a tribo jornalística: o escândalo. O escândalo do sangue alemão foi notícia de primeira página duas vezes no *New York Times* e uma vez no *Diário de Notícias*. Outro “valor-notícia” para o trabalho é a notoriedade do principal agente da notícia: o Presidente Clinton no *New York Times* (1º de dezembro de 1993) e o Papa no *Diário de Notícias* (4 de dezembro de 1993). O Dia Mundial da AIDS teve proeminência na cobertura noticiosa da AIDS. Dois terços dos editoriais publicados nos nossos jornais coincidiram com essa data e a publicação de artigos na revista ou num suplemento especial dedicado à AIDS estavam diretamente relacionados com esta “*news peg*” temporal.

As hipóteses teóricas da sociologia do jornalismo

A importância da proximidade geográfica – Os nossos dados sobre a cobertura noticiosa da AIDS apoiam a conclusão de que a proximidade geográfica desempenha um papel fundamental (Quadro 10). Em todos os jornais do nosso estudo, as notícias eram em primeiro lugar nacionais, e não internacionais. O *New York Times*, com 81 por cento de notícias nacionais e apenas 18 por cento de notícias internacionais, foi o caso mais extremo.

**Quadro 10: Foco geográfico
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Internacional	41	48	19	35	49
Nacional	59	52	81	65	51
qui-quadrado 21.657					
probabilidade 0.042					

Cada um dos jornais privilegia também notícias do seu próprio continente: 82 por cento das notícias no *New York Times* eram da América do Norte; no *El País*, no *Correio da Manhã*, e no *Diário de Notícias*, respectivamente, 70, 80 e 81 por cento das notícias eram da Europa, mas isso era devido ao domínio das notícias nacionais (Quadro 11).

Assim, a importância da proximidade geográfica é mais poderosa essencialmente dentro das fronteiras nacionais; funciona fora das fronteiras nacionais mas de uma forma incompleta. Por exemplo, no jornal brasileiro não houve notícias sobre a AIDS que envolvessem outros países sul-americanos. Não aparecem notícias sobre ela na Espanha nos jornais portugueses e, do mesmo modo, não houve notícias no jornal espanhol sobre a AIDS em Portugal. No *New York Times*, apenas 1 por cento das notícias envolvem o Canadá e não houve notícias sobre o México. No entanto, a cobertura do escândalo do sangue alemão parece ser realmente influenciada pela proximidade geográfica: a quantidade de notícias sobre o escândalo diminui com a distância geográfica, como podemos ver no Quadro 12.

**Quadro 11: Foco geográfico por continente
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Europa	12	70	15	80	81
América do Norte	20	17	82	6	5
América do Sul	59	1	0	0	0
África	1	3	2	2	7
Ásia	2	1	0	0	1
Antártica	0	1	0	0	1
Combinação	0	4	0	2	1
Organização	0	1	1	0	1
Não aplicável	6	2	0	4	3
					qui-quadrado 85.449
					probabilidade 0.180

Deve salientar-se que, embora o fato da infecção pelo HIV ser predominante no continente africano, pouca cobertura noticiosa sobre a África houve nos jornais. Notícias sobre a AIDS relacionadas com a África foram apenas 1 por cento da cobertura na *Folha de São Paulo*, 3 por cento no *El País*, 2 por cento no *New York Times*, 2 por cento no *Correio da Manhã*, e 7 por cento no *Diário de Notícias* (ver Quadro 11).

**Quadro 12: Foco noticioso por país
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Canadá	0	1	1	0	0
EUA	20	17	81	6	3
França	3	6	5	6	11
Alemanha	3	15	8	8	16
Suíça	0	0	1	0	0
Reino Unido	2	0	1	0	1
União Europeia	1	1	0	0	0
Espanha	0	52	0	0	0
Romênia	0	0	1	0	0
Etiópia	0	1	0	0	0
Quênia	0	0	1	0	0
Marrocos	0	1	1	0	5
Comunidade Mundial	0	2	0	0	0
Brasil	59	1	0	0	0
Rússia	1	1	0	0	0
Austrália	1	1	0	2	1
Japão	0	1	0	0	0
Vaticano	1	0	0	0	0
Hungria	1	0	0	0	0
África em geral	1	0	0	0	0
Nova Zelândia	1	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	64	52
1º Mundo	0	0	0	6	0
Dinamarca	0	0	0	2	1
Europa	0	0	0	0	3
Não aplicável	6	0	0	2	3

qui-quadrado 35.747
probabilidade 0.000

Deve salientar-se que, embora o fato da infecção pelo HIV ser predominante no continente africano, pouca cobertura noticiosa sobre a África houve nos jornais. Notícias sobre a AIDS relacionadas com a África foram apenas 1 por cento da cobertura na *Folha de São Paulo*, 3 por cento no *El País*, 2 por cento no *New York Times*, 2 por cento no *Correio da Manhã*, e 7 por cento no *Diário de Notícias* (ver Quadro 11).

Apenas três países são tópicos de notícias sobre a AIDS nos cinco jornais: Estados Unidos, Alemanha e França. A proximidade geográfica parece exercer alguma influência (Quadro 13): a percentagem de notícias da França e da

Alemanha é mais elevada nos jornais europeus, embora a percentagem de notícias da Alemanha seja tão elevada no *New York Times* como no diário lisboeta *Correio da Manhã*. As notícias dos Estados Unidos são mais elevadas no jornal brasileiro *Folha de São Paulo*; no entanto, o peso das notícias dos Estados Unidos é muito diferente entre os três jornais europeus do nosso estudo. A prevalência de notícias sobre HIV/AIDS dos Estados Unidos na *Folha de São Paulo* é diretamente devida à atenção que o jornal brasileiro deu a notícias biomédicas, por exemplo, a investigação científica sobre ela. No caso do diário espanhol, o fato de as notícias nos Estados Unidos terem tanta predominância está ligado, em parte, à atenção prestada a notícias biomédicas; mas as notícias sobre os Estados Unidos são mais variadas e incluem a atenção dada ao filme “Filadélfia”, que era sobre a AIDS e tinha como um dos atores principais o espanhol Antonio Banderas.

a) **“Orientada para o acontecimento” versus “orientada para a problemática** – A cobertura noticiosa da AIDS foi claramente “orientada para o evento”: de um total de 417 itens sobre ela nos cinco jornais examinados aqui, 83 por cento são “orientados para o evento”. Segundo o Quadro 14, o peso das notícias “orientadas para o evento” vai de um mínimo de 75 por cento no *New York Times* e na *Folha de São Paulo* a um máximo de 96 por cento no diário português *Correio da Manhã*, o representante no nosso estudo da imprensa popular. O nosso estudo valida a conclusão de Timothy Cook de que há poucas notícias investigativas sobre AIDS (1991,4).

Quadro 13: Foco noticioso por país: os três principais (em percentagem)

	FSP	EP	NYT	CM	DN
EUA	20	17	81	6	3
Alemanha	3	15	8	8	16
França	3	6	5	6	11

Quadro 14: “Orientado para o acontecimento” ou “Orientado para o tema” (em percentagem)

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Acontecimento	75	91	75	96	86
Tema	25	9	25	4	14
qui-quadrado 20.203					
probabilidade 0.000					

A percentagem de notícias “orientadas para o tema” é na realidade menor do que poderia parecer, porque alguns itens foram colocados nesta categoria pelo fato de não haver uma referência específica ao tempo, e não porque os itens dissessem substancialmente respeito a um tema de AIDS. Isso é verdade para todos os jornais no nosso estudo, mas particularmente para o jornal brasileiro, em que um número significativo de itens se refere a acontecimentos específicos sem uma referência temporal, tal como o artigo intitulado “Descoberta de Nova Chave para o Vírus da AIDS”. Outra prática do jornal brasileiro que contribui para uma percentagem relativamente elevada de notícias “relativas ao tema” é a publicação de estatísticas sobre a AIDS sem referência ao tempo.

Não houve notícias não orientadas para o acontecimento em todos os jornais do nosso estudo.

Quase toda a cobertura noticiosa da AIDS no *Correio da Manhã* era “orientada para o acontecimento” (ver Quadro 14), mas o jornal publicou dois itens que não estavam relacionados com qualquer acontecimento específico e focavam a investigação científica sobre o assunto.

O jornal espanhol tinha também poucos itens não “orientados para o acontecimento”. Um era um longo artigo intitulado “A Morte da Ciência”, uma perspectiva histórica geral da investigação científica sobre AIDS. O segundo item não “orientado para o acontecimento” era uma peça que juntava duas entrevistas separadas, uma com o cientista americano Robert Gallo e outra com o cientista francês Luc Montagnier, enquadradas numa estrutura narrativa que os membros da tribo jornalística favorecem: uma estrutura bipolar em que o primeiro era rotulado “o ladrão” da AIDS e o segundo, “o vencedor”. Os dois artigos foram publicados na revista da edição de domingo, 24 de outubro.

O jornal português de qualidade, *Diário de Notícias*, também ofereceu

poucas notícias que não fossem “orientadas para o acontecimento” mas apresentou dois esforços investigativos, ambos na primeira página. Um é uma série de artigos que focavam o tema da AIDS nas prisões portuguesas, com o cabeçalho “Presos: Um Quinto Vai para a Prisão com AIDS”. Outro focava o problema dos toxicômanos infectados com o HIV nos hospitais portugueses. O título deste artigo é “Toxicômanos com AIDS Perturbam Hospitais”. Finalmente, outra peça classificada como não “orientada para o acontecimento” deveria provavelmente ser classificada como “orientada para o acontecimento” visto que era uma entrevista com o dirigente de uma organização não governamental que ajuda vítimas da AIDS. Foi publicada na edição de domingo da revista imediatamente antes do Dia Mundial da AIDS.

Como já afirmamos, a percentagem de notícias “orientadas para a problemática” no jornal brasileiro *Folha de São Paulo* está altamente inflacionada. Para além das práticas anteriormente mencionadas, alguns dos itens classificados como não “orientados para o acontecimento” incluem artigos como “Ex-Prostituta Conta a Sua História” ou “Adolescentes Agitam a Batalha Contra a AIDS”, que foram publicados no Dia Mundial da AIDS. Dois outros itens classificados como não “orientados para o acontecimento”, nomeadamente “Casal Prepara os Filhos para Viverem com Familiares” e “Voluntário Começou a Estudar Sonhos”, foram publicados na edição de domingo do jornal que precedeu imediatamente o Dia Mundial da AIDS. No entanto, o jornal publicou uma longa peça escrita por cientistas sobre como as ciências médicas e a antropologia são úteis no combate à AIDS.

O *New York Times* destaca-se no nosso estudo como o jornal que melhor escapa à natureza direcionada para o acontecimento do jornalismo. Embora ainda predominantemente “orientada para o acontecimento”, a cobertura da AIDS no jornal norte-americano incluía ângulos fora do comum e, como veremos, apresentava indivíduos soropositivos e vítimas da AIDS mais que qualquer outro dos cinco jornais. Como se pode ver no Quadro 7, é o jornal com a maior percentagem de reportagem. Algumas das peças mais importantes incluem um artigo intitulado “Mensagem sobre AIDS numa Estória em Quadrinhos do Metrô”, um artigo de primeira página com o cabeçalho “Segunda Onda da AIDS Receada por Funcionários em São Francisco”, ou a peça intitulada “Apoiada Nova Estratégia no Combate à

AIDS”. Em lugar de oferecer aos leitores muita cobertura da 8ª Conferência Anual Internacional sobre a AIDS na África, realizada em Marraqueche, Marrocos, de 11 a 16 de dezembro, o *New York Times* publicou um longo artigo do seu correspondente em Nairobi, Quênia, sobre a epidemia da AIDS naquela nação africana; a peça era sobre um operário da construção civil de 40 anos, definhado e fraco, que ocupava uma cama no Hospital Kenyatta e estava demasiadamente envergonhado e assustado para dizer à família que tinha AIDS.

Outras histórias tinham como protagonistas vítimas da AIDS. Uma focava as crianças com a doença. Outra apresentava um retrato do fundador de uma revista gratuita chamada *Plus*, uma publicação dirigida a soropositivos. Um outro longo artigo foi publicado no *New York Times Magazine* e escrito na primeira pessoa por um jornalista do *Times* atingido pela AIDS, Jeff Schmalz, que perguntava “O Que É Que Aconteceu com a AIDS?”. Um artigo posterior, intitulado “O Outro Lado”, era orientado para o acontecimento: falava pungentemente da morte de Schmalz.

Que as notícias são “orientadas para o acontecimento” é magnificamente demonstrado pelo papel significativo desempenhado pelo Dia Mundial da AIDS, o 1º de dezembro, na sua cobertura. No total, 17 por cento de todas as notícias estavam relacionadas com o Dia Mundial da AIDS. Como foi já afirmado, dois terços dos editoriais foram provocados por este mesmo, que foi o “*news peg*” para outras peças ou esforços especiais nos jornais estudados aqui: 1) um suplemento especial publicado a 1º de dezembro pela *Folha de São Paulo*, que contribuiu sozinho para 18 por cento da sua cobertura; 2) artigos de revista publicados no domingo antes do Dia Mundial da AIDS, que incluem uma entrevista com uma ONG importante; reportagens que apresentam soropositivos ou pessoas atingidas pela doença. Com exceção do *New York Times*, se não fosse o Dia Mundial da AIDS, teria havido muito menos “estórias de interesse humano” que se focassem em pessoas a viver com a doença.

b) O domínio das fontes oficiais – Quem é notícia na cobertura da AIDS? Segundo o Quadro 15, existe uma diversidade de agentes noticiosos importantes na cobertura, como ficou demonstrado pela importância da

categoria “Outros”, cujo peso varia de 15 por cento no *New York Times* a 33 por cento no *Correio da Manhã*. Pondo de lado as categorias “Outros” e “Não Aplicável”, a categoria mais frequente em todos os jornais é a categoria “Ciências Médicas”, apontando para a importância das notícias biomédicas sobre o assunto na cobertura noticiosa; esta categoria figura em 14 por cento dos itens no *Diário de Notícias* até 24 por cento na *Folha de São Paulo*. A categoria “Ciências Médicas” foi o principal agente noticioso em 20 por cento de todas as notícias sobre AIDS.

A categoria “Governo” é outro ator noticioso importante. Na medida em que os países envolvidos no nosso estudo incluem sistemas políticos federais e não federais, a soma das duas categorias, “Governo” e “Agência Governamental”, é de 26 por cento para o *El Pais*, portanto maior que “Médico-Ciência”; 22 por cento para o *Diário de Notícias*, também maior que “Médico-Ciência”; 18 por cento tanto para o *New York Times* como para o *Correio da Manhã*, desse modo o segundo agente noticioso mais importante na cobertura noticiosa de cada um destes jornais. Apenas no jornal brasileiro *Folha de São Paulo* é a soma das categorias “Governo” e “Agência Governamental” (9%) significativamente menor que a de “Médico-Ciência”. Duas razões contribuem para isso: 1) O jornal brasileiro privilegia as notícias científicas sobre AIDS; e 2) prestou muito menos atenção ao escândalo do sangue alemão, como veremos em breve.

Quadro 15: O agente noticioso principal (em percentagem)

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Organização Mundial da Saúde	9	2	4	9	3
Governo	6	15	13	7	14
Agência governamental	3	11	5	11	8
Outra autoridade	3	4	8	4	9
Médico-científico	24	20	19	20	14
Organização não governamental	7	8	11	7	8
Seropositivos/vítimas da AIDS	11	10	14	0	8
Hemofílicos	0	1	2	7	8
Partidos políticos	0	1	2	0	3
Igreja	1	2	1	0	0
Outro	26	24	15	33	22
Não aplicável	10	2	4	0	6
					qui-quadrado 69.750
					probabilidade 0.008

Como afirmamos previamente, uma das maiores descobertas da sociologia do jornalismo é o papel dominante das “fontes oficiais”. O nosso estudo confirma essa conclusão. Juntando as categorias “Médico-Ciência”, “Governo”, “Agência Governamental”, “Outras Autoridades” e “Organização Mundial da Saúde”, quase metade da cobertura noticiosa nos cinco jornais provinha de fontes oficiais. O peso das fontes oficiais foi de 45 por cento na *Folha de São Paulo*, 46 por cento no *New York Times*, 48 por cento no *Diário de Notícias*, 51 por cento no *Correio da Manhã*, e 52 por cento no *El País*.

Na sua análise da cobertura noticiosa americana da AIDS nos anos 1980, Cook (1991,4) escreve: “Só quando fontes autorizadas – geralmente funcionários governamentais e cientistas reconhecidos criavam um evento noticioso que servisse de ‘news peg’ aos repórteres, a epidemia se tornava noticiável”.

Pode-se afirmar categoricamente que os jornalistas falavam com maior frequência com fontes oficiais do que com os que eram diretamente afetados pela AIDS. No entanto, com a notável exceção do *Correio da Manhã*, que ignorou completamente essas pessoas, os indivíduos soropositivos e vítimas da AIDS estão nas notícias, embora como atores noticiosos secundários. Figuraram num pequeno número de histórias noticiosas: 5 por cento no *Diário de Notícias*, 10 por cento no *El País*, 11 por cento na *Folha de São Paulo*, e 14 por

cento no *New York Times*. Nos cinco jornais combinados, os indivíduos soropositivos e vítimas da AIDS foram o ator noticioso principal em 9 por cento dos itens sobre o assunto, enquanto as estatísticas figuraram em 7 por cento das histórias noticiosas. Isso poderia levar-nos à conclusão de que a cobertura noticiosa da AIDS foi mais sobre pessoas que sobre números, mas tal conclusão seria errônea. A “investigação” das pessoas atingidas pelo vírus HIV, isto é, a “história de interesse humano” que vê para além das estatísticas e olha para as faces, dando uma ideia mais completa e profunda da extensão da epidemia (Cook: 1991,7), raramente esteve presente na cobertura noticiosa oferecida pelos cinco jornais durante este período de três meses. Na verdade, as “histórias de interesse humano” representaram apenas 2 por cento da cobertura total da AIDS (60% das quais foram publicadas no *New York Times*), e 28 dos itens noticiosos em que figuravam o indivíduo soropositivo ou a vítima da doença.

Que tipo de quadro oferece então a cobertura noticiosa da AIDS destes indivíduos? As notícias em que figuram pessoas atingidas pelo HIV ou pela AIDS e que focavam a morte ou a hospitalização (22%); pessoas famosas, em particular Magic Johnson (17%); conflitos, isto é, casos judiciais (17%); atos de desespero, por exemplo, o suicídio (11%); e atos de discriminação (6%), com apenas 28% de histórias de “interesse humano” que dão aos leitores uma visão mais profunda das pessoas. Raramente as notícias falaram de pessoas vivendo com a AIDS.

Três comentários mais necessitam ser feitos acerca de quem é notícia na cobertura da AIDS. Primeiro, apesar do papel predominante das fontes oficiais, as organizações não governamentais estão presentes na cobertura noticiosa, embora secundárias. As organizações não governamentais foram o principal agente noticioso em 7 por cento da cobertura noticiosa na *Folha de São Paulo*, 7 por cento no *Correio da Manhã*, 8 por cento no *El País*, 8 por cento no *Diário de Notícias* e 11 por cento no *New York Times*. Segundo, nos cinco jornais, duas categorias de atores noticiosos, os partidos políticos e as igrejas, raramente estiveram presentes, quando estiveram, na cobertura noticiosa (ver Quadro 15). Terceiro, só nos dois jornais portugueses foi dada proeminência aos hemofílicos: 8 por cento no *Diário de Notícias*, e 7 por cento no *Correio da Manhã*, o que mais uma vez atesta o fato de que as notícias são guiadas pelo

acontecimento.

No que diz respeito à consolidação da teoria, os nossos dados confirmam que as notícias são fortemente “orientadas para o acontecimento”, profundamente marcadas pela relevância enquanto proximidade geográfica, mas não enquanto proximidade cultural, e dominadas pela presença de “fontes oficiais”.

A hipótese teórica: os jornalistas enquanto “comunidade interpretativa” transnacional

A primeira questão que tem que ser posta é: com que tópicos lidamos nas notícias sobre AIDS? Para responder a esta pergunta, reproduzimos as categorias usadas por Rogers, Dearing e Chang (1991) no seu estudo da cobertura americana da AIDS nos anos 1980. Houve algumas categorias comuns nessa cobertura noticiosa nos cinco jornais do nosso estudo (ver Quadro 16).

**Quadro 16: Categoria do conteúdo principal do item
(em percentagem)**

	FSP	EP	NYT	CM	DN
Crianças com AIDS	1	1	2	0	0
Figuras públicas	4	5	3	4	3
Epidemia	12	11	4	6	4
Biomédica	24	13	18	9	9
Prevenção	11	0	2	4	4
Discriminação	3	3	5	9	1
Ajuda	11	10	18	15	10
Política governamental	6	14	8	13	13
Direitos civis	6	2	2	0	0
Ética	4	22	18	22	32
Interesse humano	3	1	5	0	1
Outro	17	16	14	19	22

qui-quadrado 84.227
probabilidade 0.000

No cômputo geral, a categoria principal foi “Ética”, devido em grande parte ao desenvolvimento da história sobre o escândalo do sangue alemão. Foi

a categoria principal nos três jornais europeus, representando 32 por cento dos itens no *Diário de Notícias*, 22 por cento no *El País* e no *Correio da Manhã*; foi segunda na cobertura do *New York Times* (18%), mas apenas a sétima no jornal brasileiro (apenas 7%). No estudo de Rogers *et al.* de 91 meses da cobertura da AIDS por seis *media* noticiosos americanos nos anos 1980, a categoria “Ética” recebeu escassa atenção, apenas cerca de 2 por cento. Durante o nosso período de 3 meses situado nos anos 1990, esta “categoria” tinha quase 19 por cento da cobertura noticiosa total dos cinco jornais do nosso estudo.

Nos anos 1990, a categoria “Biomédico” é ainda central para a cobertura noticiosa da AIDS, tal como era no estudo de Rogers, Dearing e Chang (1991) de seis *media* noticiosos americanos (ver Nota 3). A categoria “Bio-Médico” era a categoria principal em dois jornais, a *Folha de São Paulo* (24% dos itens) e o *New York Times* (18%), terceira no *El País* (13%) e quarta no *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias* (9%). As notícias acerca de investigação médico-científica sobre AIDS constituíram a base da cobertura deste tema, em particular da cobertura noticiosa da *Folha de São Paulo*, na qual representou quase um quarto dos itens sobre o tema.

No nosso estudo, as categorias “Políticas Governamentais” e “Ajuda” foram igualmente importantes na cobertura noticiosa dos cinco jornais. As “políticas governamentais” foram mais importantes nos dois jornais europeus de qualidade, *El País* (14% dos itens) e *Diário de Notícias* (13%), por causa da atenção que deram à história do escândalo do sangue alemão. Esta categoria foi a terceira mais importante na cobertura noticiosa do *Correio da Manhã* (13%), a quarta mais importante no *New York Times* (8%) e a quinta mais importante na *Folha de São Paulo* (6%).

“Ajuda” é uma categoria que foi importante na cobertura noticiosa da AIDS nos cinco jornais do nosso estudo, mas particularmente na cobertura do *New York Times* (18%) e do *Correio da Manhã* (15%). A sua presença foi em grande parte o resultado da atenção dada por estes jornais ao Dia Mundial da AIDS, instituído em 1988, mas também o resultado da crescente visibilidade das organizações não governamentais (ONGS).

Houve uma maior variação na quantidade de notícias classificadas na categoria “Políticas Governamentais”, indo de um mínimo de 6 por cento na *Folha de São Paulo*, aos 13 por cento nos dois jornais portugueses, até ao

máximo de 14 por cento no diário espanhol. Na Espanha, uma controvérsia sobre o programa espanhol para a AIDS e a demissão do seu diretor, que coincidiu com o Dia Mundial da AIDS, reforçou esta categoria. Em Portugal, ações judiciais levadas a cabo pelos hemofílicos contra o governo e o anúncio feito pela Ministra da Saúde, no Dia Mundial da AIDS, do aumento de fundos para combater a AIDS alimentaram esta categoria. Nos Estados Unidos, um discurso do Presidente relacionado com a AIDS a 1º de dezembro forneceu um “*news peg*”.

Outra categoria que foi parte importante da cobertura noticiosa da AIDS é a categoria “Epidemia”, embora possamos detectar aqui diferenças mais significativas. Esta categoria foi a segunda mais importante no jornal brasileiro, com 12 por cento da sua cobertura, e a quarta mais importante no *El País*, com 11 por cento da sua cobertura. Embora presente nos três outros jornais, “Epidemia” representou apenas 6 por cento da cobertura no *Correio da Manhã*, 4 por cento da cobertura no *Diário de Notícias*, e 4 por cento da cobertura no *New York Times*.

As estatísticas sobre a AIDS têm sido sempre um exemplo da sua cobertura noticiosa: comparadas com o estudo de Rogers, Dearing e Chang, em que a categoria “Epidemia” representava 8 por cento da cobertura total dos seis *media* noticiosos americanos, aqui esta categoria representou 7 por cento de toda a cobertura noticiosa. Assim podemos dizer que a cobertura noticiosa da AIDS ainda preferia as estatísticas às caras, visto que a categoria “Interesse Humano” representava apenas 2 por cento da cobertura total. Na verdade, pode dizer-se que o seu papel ainda é marginal na cobertura noticiosa do tema. Inexistente na cobertura noticiosa do *Correio da Manhã*, representa apenas 1 por cento da cobertura no *El País*, e no *Diário de Notícias*, 3 por cento na *Folha de São Paulo* e 5 por cento no *New York Times*, na realidade o único jornal do nosso estudo em que as caras se sobrepõem aos números. Não obstante, o nosso estudo apoia a afirmação de Cook sobre a cobertura da AIDS nos anos 1980. Escreve Cook (1991,7): “A experiência de pessoas vivendo com AIDS só ocasionalmente foi focada”.

Historicamente, a importância de “Figuras Públicas” na cobertura da AIDS tem sido significativa. Por exemplo, a história de Rock Hudson em 1985 foi crucial para projetar a doença das margens para o centro do palco. Rogers,

Dearing e Chang (1991, 13) argumentam que a história de Rock Hudson, tal como a história da discriminação contra um rapaz infectado com o HIV, Ryan White, serviu para “personalizar e humanizar o tema da AIDS, algo que relatórios anteriores baseados nas *Center for Disease Control Statistics* sobre o número de casos de AIDS por mês não tinham feito”. Embora a história de Rock Hudson tenha “personalizado” o tema do HIV/AIDS, é defendido aqui que foi notícia devido à “notoriedade da pessoa envolvida no acontecimento” como valor-notícia entre os membros da tribo jornalística (Galtung e Ruge, 1965).

Em termos quantitativos, a categoria “Figura Pública” foi secundária no nosso estudo, representando 3 por cento da cobertura noticiosa no *New York Times* e no *Diário de Notícias*, 4 por cento na *Folha de São Paulo* e no *Correio da Manhã*, e 5 por cento no *El País*. Os itens noticiosos nesta categoria envolvem principalmente a morte de indivíduos proeminentes, em que a proeminência é determinada essencialmente pela proximidade geográfica, mas houve histórias noticiosas em jornais não americanos sobre Magic Johnson. Outras figuras públicas que foram notícia: Madonna (*Folha de São Paulo*, 1º de dezembro), Richard Gere e Cindy Crawford (*Correio da Manhã*, 17 de dezembro), o príncipe Charles e a Princesa Diana (*Correio da Manhã*, 2 de dezembro) e o Papa (*Diário de Notícias*, 3 de dezembro).

Apesar de algumas diferenças, é nossa opinião que existem fortes semelhanças na cobertura noticiosa do assunto pelos cinco jornais do nosso estudo, como pode ser visto mais claramente no mapa seguinte, que apresenta as categorias de uma forma hierárquica para cada jornal.

FSP	EP	NYT	CM	DN
1 Biomédica	Ética	Biomédica	Ética	Ética
2. Epidemia	Políticas Gov.	Ética	Ajuda	Políticas Gov.
3. Ajuda	Biomédica	Ajuda	Políticas Gov.	Ajuda
4. Prevenção	Epidemia	Políticas Gov.	Biomédica	Biomédica
5. Políticas Gov.	Ajuda	Interesse Humano	Discriminação	Epidemia
6. Direitos Cívicos	Figuras Públicas	Discriminação	Epidemia	Prevenção
7. Ética	Discriminação	Epidemia	Figuras Públicas	Figuras Públicas

Em diferentes graus, a cobertura noticiosa da AIDS nos quatro jornais do nosso estudo pontificou as categorias “Biomédico”, “Ajuda”, e “Política Governamental”. A categoria “Ética” foi muito importante, com a exceção do jornal brasileiro *Folha de São Paulo*, em que argumentaríamos que recebeu menos atenção porque, devido à distância geográfica, o jornal deu menos cobertura ao escândalo do sangue alemão. Por fim, a categoria “Epidemia” foi um paradigma da cobertura noticiosa do tema, embora menos importante no *New York Times* e muito mais importante na cobertura noticiosa da *Folha de São Paulo*. Esta série de categorias constitui o núcleo da cobertura da AIDS, com a categoria “Prevenção” substituindo “Ética” na cobertura noticiosa do jornal brasileiro, a categoria “Interesse Humano” substituindo a categoria “Epidemia” no *New York Times*, e a categoria “Discriminação” substituindo a categoria “Epidemia” na cobertura noticiosa do *Correio da Manhã*.

O Quadro 16 merece muitos mais comentários, mas sublinharemos apenas mais um: a relativa trivialidade da categoria “Prevenção”. Esta categoria representou apenas 4 por cento da cobertura noticiosa total dos nossos cinco jornais. Na verdade, esta categoria só foi importante no jornal brasileiro *Folha de São Paulo*, que a salientou num suplemento especial publicado no Dia Mundial da AIDS. Pouco existiu na cobertura noticiosa da doença no que respeita à informação sobre como evitar a infecção. Mais uma vez, o nosso estudo defende a conclusão de Cook de que os jornalistas são cautelosos acerca do papel educativo dos *media* noticiosos. Escreve Cook (1991,11):

Para cumprir esta função educativa, as assunções tradicionais acerca do que são notícias velhas devem mudar. Uma das razões porque as pessoas retiram tão pouco das notícias é que o reforço necessário para aprender é perdido para a subida e queda constantes dos temas, os quais desaparecem das notícias mesmo à medida que não conseguem ser absorvidos. A procura do novo prevalece sobre o compromisso contínuo de seguir temas urgentes aos quais regressam numa base de rotina.

Já vimos, baseados nos nossos dados, que existem muitas semelhanças na cobertura noticiosa da AIDS entre os cinco jornais do nosso estudo, jornais situados em quatro países e três continentes diferentes. Os nossos dados fornecem provas conclusivas de que os jornalistas são uma “comunidade interpretativa” transnacional.

A nossa resposta é que são necessários estudos posteriores e o uso de outros métodos de investigação para fornecer provas conclusivas em defesa

desta hipótese, mas, não obstante, os nossos dados apoiam a nossa hipótese teórica, porque é claro que os jornalistas dos quatro diferentes países partilham valores-notícia comuns.

Primeiro, em todos os jornais, embora certamente em graus diferentes, os jornalistas partilham o tempo como valor-notícia comum, tal como é mostrado pela importância do Dia Mundial da AIDS como parte central da sua cobertura noticiosa durante este período. As notícias relacionadas com o Dia Mundial da AIDS são a mais importante ou a segunda mais importante história noticiosa. É a história principal na *Folha de São Paulo* (nada menos que uns espantosos 34% de todos os itens), no *Correio da Manhã* (19%) e no *New York Times* (13%), e a segunda mais importante nos dois outros jornais do nosso estudo: o *Diário de Notícias* (10%) e o *El País* (6%). Como demonstramos, a cobertura noticiosa é “orientada para o acontecimento” e a data de 1º de dezembro oferece aos jornalistas um “cabide noticioso” onde pendurar histórias sobre AIDS. Quase um quinto de todas as notícias (17%) está diretamente ligado ao seu Dia Mundial.

Segundo, em todos os nossos jornais, o escândalo do sangue alemão e acontecimentos relacionados foram uma história noticiosa importante, ou a história noticiosa principal, como no caso do *Diário de Notícias* (17%) e do *El País* (15%), ou a segunda história principal, como no caso do *Correio da Manhã* (10%), do *New York Times* (8%), e até da *Folha de São Paulo* (3%), embora no caso do jornal brasileiro a história do escândalo do sangue alemão aparecesse ligada à descoberta francesa da “porta” de entrada do vírus do HIV no corpo humano. A proeminência do escândalo do sangue alemão na cobertura noticiosa da AIDS durante este período aponta para outro valor-notícia comum entre os membros da tribo jornalística através das fronteiras nacionais: escândalo ou erro. Para os jornalistas, o famoso verso de Shakespeare “Algo está podre no reino da Dinamarca” é um valor-notícia central ligado à ideologia jornalística que aponta para o papel dos jornalistas como “guardiões” nas sociedades democráticas.

O “acontecimento em desenvolvimento”, para usarmos a tipificação dos acontecimentos de Tuchman (ver Tuchman, 1978), do escândalo do sangue alemão e acontecimentos relacionados é o tipo de história noticiosa dominante neste período de três meses; representa nada menos que 59 por cento das

notícias do estrangeiro no *New York Times*, 39 por cento das notícias do estrangeiro no *Diário de Notícias*, 29 por cento das notícias do estrangeiro no *El País*, e 7 por cento das notícias do estrangeiro na *Folha de São Paulo*. Em ação aqui está não apenas o valor-notícia do “escândalo”, mas também o valor-notícia da “notoriedade do ator da notícia”, visto que a «estória» envolve um ministro do governo. Teria sido um acontecimento imbuído de uma tal noticiabilidade caso não envolvesse um membro importante do governo?

Assim, argumentaríamos que a “notoriedade” é outro valor-notícia partilhado pelos jornalistas através das fronteiras nacionais. O escândalo do sangue alemão fornece algumas provas. Mais é fornecido, como já sugerimos, pela referência a figuras nacionais proeminentes e algumas figuras internacionais, como a princesa Diana, Magic Johnson e o Papa, na cobertura noticiosa dos cinco jornais. Mas o Quadro 4 fornece também dados empíricos em defesa desta posição. A pesquisa da base de dados LEXIS-NEXUS mostra que o pico da cobertura noticiosa da AIDS ocorreu em novembro de 1991, o mês que incluiu o anúncio de que Magic Johnson era soropositivo. Houve um total de 1249 histórias nesse mês, um número bem maior que em qualquer outro mês no período 1981-1999.

Terceiro, mostramos a importância do valor-notícia chamado “relevância”, traduzido por proximidade geográfica. A maioria das notícias sobre AIDS era nacional e não ultrapassou as fronteiras nacionais. Até o escândalo do sangue alemão mostra a importância da proximidade geográfica no processo noticioso. Este foi muito mais notícia nos jornais europeus sobre esta “história em desenvolvimento” que nos outros jornais do nosso estudo.

Quarto, outro valor-notícia que os jornalistas partilham através das fronteiras nacionais é o conflito ou a controvérsia. Esteve presente em muitas histórias noticiosas em cada um dos jornais. Por exemplo, houve a demissão do diretor do programa espanhol para a AIDS no *El País* (1º de dezembro), um processo judicial por causa da AIDS contra companhias médicas (*New York Times*, 3 de outubro), oposição ao programa das seringas em Portugal (*Correio da Manhã*; 17 de outubro), os hemofílicos e o processo legal (*Diário de Notícias*, 27 de outubro), um rapto num hospital da França (*Diário de Notícias*, 1º de novembro), reações racistas à AIDS (*Correio da Manhã*, 8 de novembro), os hemofílicos fazem exigências (*El País*, 13 de novembro), regentes adiam

votação sobre orientações para a AIDS (*New York Times*, 20 de novembro), companhias de seguros brasileiras combatem o governo a propósito da AIDS (*Folha de São Paulo*, 26 de novembro), o choque entre revistas e jornais britânicos (*New York Times*, 10 de dezembro), os hemofílicos pressionam o seu caso (*Correio da Manhã*, 11 de dezembro), Montagnier denuncia o monopólio americano da pesquisa (*El País*, 27 de dezembro), terrorista russo quer dinheiro para se tratar da AIDS (*El País*, 28 de dezembro).

A presença deste valor-notícia pode também ser vista numa série de histórias noticiosas que ultrapassaram as fronteiras nacionais. Uma foi a controvérsia a propósito dos anúncios da *Benetton* em que figuravam vítimas da AIDS e provocaram disputas legais (*El País*, 8 de outubro; *Correio da Manhã*, 12 de outubro; *New York Times*, 23 de novembro; *Diário de Notícias*, 25 de novembro; *Folha de São Paulo*, 30 de novembro). Outro é o conflito histórico entre o cientista americano Robert Gallo e o cientista francês Luc Montagnier e a atenção dada por alguns jornais ao arquivamento do caso contra Gallo pelos tribunais americanos (*Folha de São Paulo*, 13 de novembro; *El País*, 13 de novembro; *New York Times*, 13 de novembro; e *Correio da Manhã*, 14 de novembro).

A análise comparativa da cobertura noticiosa da AIDS por cinco jornais em quatro países diferentes, situados em três continentes diferentes, mostrou que existem semelhanças significativas quanto ao que é notícia. Vimos também que os jornalistas através das fronteiras nacionais partilham “valores-notícia” semelhantes. Certamente que deve ser feita mais investigação. Mas os dados apresentados neste estudo confirmam hipóteses básicas acerca das notícias na literatura do “*newsmaking*” e dão apoio suficiente à proposição de que os jornalistas são uma “comunidade interpretativa” transnacional.

Capítulo 4

Análise dos estudos sociológicos da comunidade jornalística

A história dos estudos dos jornalistas

Na sua viagem aos Estados Unidos em 1831, Alexis de Tocqueville ficou impressionado com o fato de cada vila ter o seu jornal. Mas reparou que os donos tinham pouco prestígio social com “escassa educação e uma mente vulgar”. Os jornais chocaram De Toqueville pelos “seus apelos abertos e grosseiros às paixões dos seus leitores” (citado em Weaver e Wilhoit, 1986:2).

Apesar do crescente poder dos meios de comunicação social, o fraco prestígio social e fracos rendimentos contribuíram para o fraco interesse dos membros da comunidade acadêmica pelos jornalistas. Uma profissão relativamente nova, embrulhada num processo de profissionalização ainda em aberto, recém-chegada às torres de mármore do mundo acadêmico a partir dos fins do século XIX num número esparso de países, não é de espantar que os estudos propriamente sobre os jornalistas sejam muitos escassos até os anos 70 do século XX (para uma história dos diversos fios de investigação no estudo do jornalismo, ver Traquina, 2001). Escreve o sociólogo britânico Philip Elliott em meados dos anos 1970: “O título deste artigo (*Media Organizations and the Occupations: An Overview*) pode constituir uma surpresa para aqueles que estão habituados à queixa familiar de que os sociólogos dos *media* negligenciaram o estudo dos comunicadores de massas”.

O trabalho pioneiro foi o estudo de Rosten (1937a) sobre os jornalistas norte-americanos correspondentes na capital, Washington. Rosten forneceu informações detalhadas sobre 127 correspondentes: 1) quase uma maioria eram filhos de uma classe de *intelligentsia* (professores, advogados) e apenas pouco mais de dez por cento provinham da classe de trabalhadores industriais; 2) 39 por cento eram oriundos de meios econômicos e vi-las pequenas; e 3) eram bem pagos e intitularam-se membros de uma profissão. Escreve Rosten:

Parece irônico que numa sociedade governada pela opinião pública tenhamos dedicado estudos

mais sistemáticos aos talentos daqueles que desempenham trabalhos ‘semipráticos’ do que aos que distribuem informação acerca da ordem política em que vivemos (citado em Mananteau-Horta, 1967:715).

O estudo dos jornalistas foi esporádico ao longo do século XX. Não iremos proceder a uma análise cronológica e detalhada dos estudos: o primeiro deles, de Rosten, marca o tom da esmagadora maioria dos estudos sobre os jornalistas: 1) estudos sobre jornalistas bem localizados no espaço ou sobre um grupo de “elite” da tribo jornalística, como os correspondentes de Washington (Rosten, 1937a, 1937b), em que estudos comparativos entre jornalistas de países diferentes são raros; 2) estudos não representativos, isto é, estudos que têm por amostra uma comunidade nacional, que começam a aparecer nos anos 1970 (Johnstone *et al.*, 1976); e 3) estudos não comparativos entre comunidades jornalísticas nacionais, seguindo o exemplo da esmagadora maioria dos estudos do jornalismo.

Nos anos 1950, os estudos sobre os jornalistas são estudos sobre outro grupo de “elite” da tribo: os correspondentes estrangeiros, em que a questão dominante estava virada para a sua composição social (Maxwell, 1953; Lambert, 1956; Kruglak, 1957, Wilhelm, 1963). Seja em relação aos jornalistas norte-americanos correspondentes estrangeiros ou em relação aos correspondentes estrangeiros nos Estados Unidos, este grupo de “elite” partilha características em comum: gênero masculino, um *background* urbano e uma educação universitária, presente em 61 por cento dos correspondentes norte-americanos (Maxwell, 1953) e em 53 por cento dos correspondentes estrangeiros nos Estados Unidos (Lambert, 1956).

Trinta e cinco anos depois do estudo de Rosten, Rivers (1962) descobriu que os correspondentes tinham um maior sentido de autonomia e menos pressão da sede na preparação de ‘estórias’. Outros estudos não representativos sobre grupo locais apontaram para um grau alto de homogeneidade nos valores-notícia partilhados entre os jornalistas (Jones e Swanson, 1954; Gold e Simmons, 1963; Buckalew, 1967; Menanteau-Horta, 1967; Atwood e Grotta, 1973).

O interesse da comunidade acadêmica pelo grupo de “elite” da tribo jornalística iria prosseguir nas últimas décadas do século XX na pesquisa sobre os jornalistas com os estudos de Tunstall (1970) sobre os jornalistas britânicos

que cobrem o parlamento, e de Rieffel (1984) sobre um grupo de “elite” de jornalistas de empresas como *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Nouvel Observateur*, para mencionar apenas algumas. No seu estudo de 109 correspondentes (apenas 30 em 1885, aponta o autor), Tunstall critica uma noção muito passiva do jornalista para sublinhar que o jornalista procura a notícia ativamente. Escreve Tunstall: “Existe também um elemento mais ativo de interação pessoal com as fontes noticiosas e que envolve as noções de negociação implícita e de troca.” No seu estudo de 120 jornalistas franceses, Rieffel (1984) aponta que os membros da “elite” jornalística francesa pertencem largamente às categorias sociais mais favorecidas e ricas. Com base no estudo de Rieffel, 66 por cento dos jornalistas de “elite” são graduados⁴.

No estudo sobre os jornalistas, os primeiros estudos sociológicos sobre comunidades jornalísticas nacionais, a partir de uma amostra representativa, surgem nos anos 1970 com o trabalho de Johnstone *et al.* (1976), tendo por base 1313 jornalistas entrevistados em 1971. Seguindo o exemplo do estudo de Johnstone *et al.*, iriam aparecer outros estudos representativos sobre uma comunidade nacional de jornalistas: os estudos de Weaver e Wilhoit (1986, 1996) sobre os jornalistas norte-americanos nos anos 80 e nos anos 90, um estudo sobre os jornalistas franceses de Devillard *et al.* (1991) e estudos sobre os jornalistas portugueses nos anos 90 realizados por uma equipe de investigadores no Instituto Superior de Ciências de Trabalho e do Emprego (Garcia, 1994).

Metatendências na evolução da tribo jornalística

Com base nos estudos representativos de diferentes comunidades jornalísticas nacionais e outras fontes de documentação, é possível traçar quatro metatendências na evolução da tribo jornalística:

A **expansão** da tribo jornalística impõe-se como a primeira metatendência. A tribo jornalística cresce em ritmo acelerado nas últimas décadas do século XX. Nos Estados Unidos, o número de jornalistas cresceu de uma forma espetacular nos anos 1970, mais de 60 por cento, de 69.599 no início da década para 112.072 no início dos anos 1980, e continuou a crescer, embora a um ritmo muito menor, de 8 por cento, para 122.000 jornalistas no início dos anos

1990 (Weaver e Wilhoit, 1996:2). Os dados empíricos sobre o número de jornalistas franceses demonstram a mesma tendência de crescimento que se acelerou nos anos 1980 depois de um forte crescimento na década anterior: uma forte subida de 40 por cento de 11.943 jornalistas em 1970 para 16.619 em 1980; e um crescimento ainda mais forte nos anos 80, na ordem de 60 por cento, para atingir o número de 26.614 jornalistas em 1990 (Devillard *et al.*, 1991:15; Delporte, 1999:425). Temos a mesma metatendência de crescimento da tribo jornalística em Portugal: o número de jornalistas explodiu durante os anos 1970, mais que duplicando entre o início dos anos 1970 e o princípio dos anos 1980, continuando a crescer fortemente durante essa década, na ordem de quase 60 por cento, para atingir o número de 2.374 jornalistas em 1990 (Garcia, 1994:69). Com base nos dados empíricos para estes três países, o número de jornalistas quase duplicou desde o início dos anos 70 até ao início dos anos 90.

A segunda metatendência da tribo jornalística é o seu **rejuvenescimento**. O rejuvenescimento dos jornalistas norte-americanos é claro: enquanto 78 por cento tinham menos de 45 anos em 1990, a percentagem com menos de 45 anos é na ordem de 68 em 1970. O rejuvenescimento na comunidade jornalística norte-americana teve lugar sobretudo na década de 1970 com a grande entrada de novos profissionais. Em 1992, em termos de idade, a comunidade jornalística norte-americana é mais jovem que outras comunidades profissionais, como, por exemplo, a comunidade académica, em que 25 por cento dos professores tinha mais de 55 anos, comparados com apenas 8 por cento da comunidade jornalística.

Sem dados para os anos 1970, a evolução da comunidade de jornalistas franceses aponta claramente para a tendência do rejuvenescimento: 74 por cento dos jornalistas franceses tinham menos de 45 anos em 1990, em contraste com 72 por cento em 1980; o número de jornalistas franceses com menos de 30 anos cresceu também entre o início dos anos 1980 e o início dos anos 1990, com percentagens de 23 por cento em 1990 e apenas 18 por cento em 1980. Segundo Garcia (1994:70), o rejuvenescimento é outra tendência da evolução da comunidade jornalística portuguesa. Os dados sobre 1987 indicavam que quase 75 por cento dos jornalistas tinham menos de 45 anos e 35 por cento tinham uma idade compreendida entre os 19 e os 35 anos.

Segundo os dados de 1990, os jornalistas com menos de 45 anos representavam 70 por cento da comunidade, e os com menos de 30 anos representavam 23 por cento.

O rejuvenescimento é acompanhado por uma forte entrada de mulheres na comunidade jornalística. Segundo Garcia (1994:70), os dados de 1987 demonstram que as mulheres constituem 56 por cento dos jornalistas portugueses com menos de 35 anos e 83 por cento dos jornalistas com menos de 45 anos de idade.

Encontramos a mesma metatendência da **feminização** da tribo jornalística nos estudos sobre as comunidades jornalísticas norte-americana e francesa. As mulheres representavam 24 por cento dos jornalistas franceses em 1982, uma percentagem que cresceu durante os anos 1980 para 34 por cento em 1990. Em 1990, enquanto perto de metade dos jornalistas franceses com menos de 25 anos eram mulheres, a percentagem dos jornalistas franceses com mais de 45 anos ronda os 25 por cento.

Nos Estados Unidos, as mulheres representavam 20 por cento dos jornalistas norte-americanos em 1970, 33.8 por cento em 1980 e 34 por cento em 1990; representavam 45 por cento dos jornalistas com menos de cinco anos de experiência nos inícios dos anos 1990. Comparado com outras profissões nos Estados Unidos, havia mais mulheres no jornalismo, 34 por cento, do que na docência universitária, 27 por cento, na advocacia, 22 por cento, na medicina, 18 por cento, e na medicina dentária, 9 por cento (Weaver e Wolhoit, 1996:234).

O **aumento da escolaridade e da formação universitária** no processo da entrada na profissão de jornalista é outra metatendência da evolução da tribo jornalística. O número de jornalistas graduados na comunidade jornalística norte-americana subiu de 60 por cento, em 1970, para 75 por cento em 1980, atingindo 82 por cento no início dos anos 1990. Escrevem Weaver e Wilhoit (1996:33): “Uma licenciatura constitui o requerimento mínimo para um trabalho como jornalista a tempo inteiro nos Estados Unidos no início dos anos 1990”. Durante o mesmo período entre 1970 e 1990, a formação universitária em comunicação e jornalismo tornou-se a via principal de acesso, representando 42 por cento dos formados em 1970, 55 por cento em 1980, e 56 por cento nos anos 1990. Entre 1970 e 1990, a percentagem dos jornalistas

norte-americanos formados em comunicação ou jornalismo quase duplicou, de 27 por cento no início dos anos 1970 para 48 por cento no princípio da década de 90 (Weaver e Wilhoit, 1996:45).

Na França, os jornalistas graduados representavam 22 por cento da comunidade nos anos 70 e 32 por cento em 1990. De acordo com Devillard (1991:27-28), a percentagem dos jornalistas franceses com frequência universitária subiu de uma forma constante ao longo das últimas décadas do século XX: de 38 por cento em 1964 para 46 por cento em 1973, e de 66 por cento em 1983 para 69 por cento em 1990.

Em Portugal, a forte expansão dos meios de comunicação social (em particular, a rádio) e a política de *laissez-faire* em relação ao acesso ao jornalismo por parte do Sindicato dos Jornalistas Portugueses explica o que o sociólogo José Luis Garcia define como duas formas de acesso ao jornalismo português.

Escreve Garcia (1994:71):

Por um lado, jovens pouco escolarizados, precocemente entrados no mundo do trabalho, fazendo-o, com muita probabilidade, nos setores de comunicação social onde a precariedade e a desprofissionalização são as características dominantes (rádios locais, imprensa regional, alguma imprensa nacional) e que conseguem aceder, por via desta nova tarimba, à carteira profissional (sublinhado no original).

Continua Garcia (1994:71):

Por outro lado, os números apresentados esclarecem também que se tem vindo a afirmar, cada vez mais significativamente, uma outra via de acesso ao jornalismo que passa pelo credencialismo escolar ligado quer aos cursos universitários de Comunicação Social quer aos cursos de Jornalismo do Centro Protocolar de Formação de Jornalistas (Cenjor) e do Centro de Formação de Jornalistas (CFJ) (sublinhado acrescentado).

No entanto, o peso dos jornalistas com frequência universitária subiu ao longo das últimas décadas do século XX. Segundo números do Sindicato dos Jornalistas, 20 por cento da comunidade jornalística portuguesa em 1967 tinha frequência universitária (Sobrera, 2001:160), comparando com 46 por cento em 1988 e 48 por cento em 1992 (Garcia, 1994:V1). Assim, no início dos anos 90, quase metade dos jornalistas portugueses possuem frequência universitária e 21 por cento são graduados. Entre 1988 e 1992, verificou-se que o número de jornalistas com formação em comunicação social mais do que quadruplicou, um indício claro de que esta forma de acesso se torna dominante no acesso à

comunidade jornalística em Portugal.

Os estudos representativos da comunidade jornalística norte-americana

Os estudos representativos dos jornalistas norte-americanos cobrem as últimas três décadas do século XX, a começar com o estudo de Johnstone *et al.* publicado em 1976, seguido dos estudos de Weaver e Wilhoit (1986, 1996) que cobrem as décadas de 1980 e 1990. Os autores do primeiro estudo reconhecem que a sociologia dos jornalistas se limita aos estudos “de grupos relativamente pequenos de subgrupos de jornalistas” (1976:2). Neste estudo de 1.313 jornalistas representativos da comunidade norte-americana, perguntam a importância que dão a certas funções os papéis que os meios de comunicação social podem ter (ver Quadro 17). Uma primeira ideia conclusiva é a existência de uma cultura jornalística em torno do seu *ethos*, temática abordada nas duas primeiras partes deste livro. O núcleo ideológico existe em torno de três funções: 94.9 por cento concordam que é extremamente importante ou muito importante a função de “investigar as reivindicações e declarações do governo”; 86.2 por cento concordam que é extremamente importante ou muito importante a função de “fornecer análise e interpretação dos problemas complexos”; e 85.7 por cento concordam que é extremamente importante ou muito importante a função de “dar a informação logo que possível”. Acrescentar que 82 por cento concordam que é extremamente importante ou muito importante a função de “discutir a política nacional enquanto está a ser discutida”. A função de “fornecer entretenimento e recreio” é menos consensual: 44.7 por cento concordam que é extremamente importante ou muito importante, enquanto 13.3 por cento são da opinião de que não é importante.

Complementando o retrato do “*ethos* jornalístico”, os dados do estudo de Johnstone *et al.* confirmam a importância de dois valores centrais da cultura jornalística, seja qual for o meio de comunicação (ver Quadro 18). Johnstone *et al.* (1976:109) escrevem que encontraram as características fundamentais de uma “profissão” na comunidade jornalística: 1) a liberdade e a autonomia são consideradas de grande importância, como nas outras profissões liberais,

“como os advogados e os médicos” (p. 109); e 2) a existência de um espírito de serviço à sociedade que Kornhauser (1963:1-2) identifica como “a crença de que o desenvolvimento e exercício de conhecimento especializado é merecedor de toda uma vida e transporta a sua recompensa própria.” Concluem Johnstone *et al.*: “A partir deste perfil de atuação, por outras palavras, conclui-se que os jornalistas americanos na sua maior parte desenvolvem o seu trabalho a partir de um quadro de referências semelhante ao encontrados em grupos profissionais tradicionais”.

Quadro 17: A importância das funções do jornalismo segundo os jornalistas norte-americanos (1976) (em percentagem)

	Extremamente (3)	Muito (2)	Algo (1)	Nenhuma (0)	Sem opinião	Mean
Investigar o governo	75,8	19,1	3,5	1,0	0,9	2,71
Fornecer análise	61,0	25,2	10,9	2,5	0,4	2,45
Fornecer notícias logo que possível	56,0	29,7	11,2	2,3	0,8	2,40
Discutir políticas nacionais	55,2	26,8	12,1	4,6	1,4	2,34
Evitar notícias sem confirmação	50,9	19,0	16,8	9,7	3,6	2,15
Privilegiar notícias que interessam um público mais vasto	38,7	31,5	20,8	7,9	1,1	2,02
Desenvolver os interesses intelectuais e culturais do público	30,3	35,1	25,7	8,1	0,9	1,88
Fornecer entretenimento	16,6	28,1	41,5	13,3	0,5	1,48

Fonte: Johnstone *et al.* (1976:230)

Fonte: Johnstone *et al.* (1976:230)

Quadro 18: A importância de aspectos do trabalho jornalístico segundo os jornalistas norte-americanos por setores mediáticos (“Mean” numa escala de 0 – não importante – a 2 – muito importante)

	Jornais diários	Televisão	Imprensa	Audiovisual	Total
Serviço público	1,54	1,64	1,57	1,66	1,59
Autonomia	1,45	1,52	1,48	1,48	1,48
Liberdade da vigilância da direção	1,38	1,36	1,40	1,35	1,39
Segurança no emprego	1,34	1,25	1,34	1,34	1,34
Vencimento	1,8	1,16	1,04	1,18	1,06
Outros benefícios	1,02	0,93	0,98	0,92	0,97

Fonte: Johnstone *et al.* (1976:229)

Fonte: Johnstone *et al.* (1976:229)

Apesar dos dados empíricos do seu estudo apontarem para a existência de uma identidade jornalística, os autores insistem em sublinhar a importância de subgrupos, em grande medida devido ao processo estatístico de *factor analysis* (análise fatorial), para determinar padrões de crenças. Ignorando as respostas de “muito importante” nas respostas às funções, criaram subgrupos com base nas respostas “extremamente importante” que identificaram como os “neutros”, que privilegiam as funções de “dar informação rapidamente” e “evitar notícias sem verificação”, e os “participativos”, que privilegiam as funções de “investigar” e “fornecer análise”. Na conclusão do estudo, Johnstone *et al.* (1976:186) escrevem: “Atualmente, os jornalistas americanos claramente divididos entre os que estão orientados para o que chamamos o tipo ‘neutral’ e o ‘participante’ do profissionalismo”.

No entanto, uma leitura atenta do estudo, nomeadamente o capítulo sobre o processo estatístico de *factor analysis*, descobre que a conclusão principal não é a diferença entre os jornalistas, mas a existência de uma cultura comum. Escrevem os autores (1976:120):

Ao combinar as duas escalas de valor desta maneira, as concepções de responsabilidade formam aproximadamente uma distribuição normal o que significa que é, mais comum os jornalistas terem pontos de vista equilibrados do que extremos no que concerne ao seu papel profissional. Embora o fato de valores de ‘neutral’ e ‘participante’ tenderem a ser antitéticos, por outras palavras, pode concluir-se que a maioria dos jornalistas mantém padrões de crenças que combinam elementos de cada uma das perspectivas. (sublinhado acrescentado).

Nos estudos subsequentes de Weaver e Wilhoit (1986, 1996) também foram identificados subgrupos dentro da comunidade jornalística. No estudo de 1986, Weaver e Wilhoit identificaram três subgrupos: o “interpretativo” (nova designação para o subgrupo “participante” do estudo de Johnstone *et al.*), o “disseminador” (nova designação para o subgrupo “neutral” no estudo de Johnstone *et al.*), e o “adversário”, um subgrupo que acha que a função de ser adversário do governo é extremamente importante (categoria que não existiu no estudo de Johnstone *et al.*). No estudo de Weaver e Wilhoit de 1996, os autores identificaram quatro subgrupos: o “interpretativo/investigador”, o “disseminador”, o “adversário” e o “populista mobilizador”, um novo subgrupo ligado a um conjunto de valores algo contraditórios que incluem as funções de desenvolver os interesses intelectuais e de fornecer entretenimento. De novo, o mesmo procedimento estatístico de análise fatorial foi efetuado apenas com base nas respostas de “extremamente importante”, ignorando as respostas “muito importante”.

No entanto, os dados indicam claramente a existência de uma cultura jornalística. Escrevem Weaver e Wilhoit na conclusão de estudo dos jornalistas nos anos 1980:

O achado importante aqui é que os jornalistas contemporâneos são extremamente pluralistas nas suas concepções do papel dos *media*, com cerca de um terço abrangendo totalmente tanto o papel interpretativo como o disseminador. Apenas cerca de 2 por cento dos inquiridos estão exclusivamente orientados para um papel único, tendendo a rejeitar os outros dois papéis, comparados com 18 por cento que se identificam fortemente com apenas um papel (1986:115).

Escrevem Weaver e Wilhoit na conclusão do seu estudo da comunidade jornalística dos anos 1990:

Este capítulo traçou esboços empíricos dos que se inclinam para várias funções dos *media*, mas muitos jornalistas não podem ser descritos simplesmente como intérpretes, disseminadores ou adversários. Estão frequentemente orientados para duas das funções, e por vezes para três (sublinhado acrescentado, 1996:170).

Nos dois livros, os autores referem-se a uma citação de Linsky que aponta para uma redação jornalística em que existe uma cultura profissional que engloba diferentes funções e que atua em situações diversas e não para a existência de uma redação dividida em subgrupos. A citação de Linsky é a seguinte: “Às nove horas o papel do jornalista é adversário, às dez é simbiótico, às onze é independente e ao meio-dia os políticos estão a

manipular a imprensa. Anda de um lado para o outro, está por todo o lado”.

Os três estudos sobre a comunidade jornalística norte-americana demonstram claramente também o reforço da cultura jornalística ao longo dos últimos trinta anos do século XX. As identificações extremamente fortes com uma função do jornalismo enfraqueceram entre os anos 1970 e os anos 1990. Enquanto nos estudos dos anos 1970, 18 por cento se identificaram fortemente com apenas uma função, o número desceu para apenas 2 por cento no estudo dos anos 1980. Na conclusão do seu estudo de 1986 sobre 1.001 jornalistas norte-americanos, Weaver e Wilhoit reconhecem que apesar de “ligeiras tendências para o fortalecimento das concepções do papel entre um certo tipo de jornalistas”, o fato mais significativo é que os papéis fundamentais são quase universais entre os jornalistas. Escrevem Weaver e Wilhoit (1986:144):

Eles (estes papéis principais) são, em certo sentido, as cores primárias da profissão: o seu pigmento e matiz podem ser mais cinzentos ou escuros nalguns, mas estão presentes em virtualmente todos os jornalistas de todos os *media*, grandes e pequenos, Ocidentais ou Orientais, novos ou velhos.

Outras conclusões importantes dos estudos merecem atenção. Por exemplo, os estudos concluem que o contexto organizacional tende a ser apreendido pela maioria dos jornalistas como o fator mais influente no que respeita aos critérios de noticiabilidade (Weaver e Wilhoit, 1986:126; Weaver e Wilhoit, 1996:151). O estudo de Weaver e Wilhoit sobre 1.410 jornalistas norte-americanos realizado nos anos 1990 aponta para a “pertinência da formação em jornalismo” como fator na determinação do que é notícia (1996:152). Outras conclusões: houve um declínio significativo na autonomia apercebida dos jornalistas norte-americanos desde o início dos anos 1970. Existe um descontentamento profissional crescente entre os jornalistas americanos desde o início da mesma década. O tipo de propriedade das empresas jornalísticas não foi um fator importante para a satisfação profissional, nem foi o salário. Os jornalistas estão profundamente divididos quanto a muitas questões da prática jornalística.

A existência de uma cultura jornalística não implica a inexistência de fluxos na intensidade em que funções específicas são classificadas pelos jornalistas como “extremamente importantes” (ver Quadro 19). Nos estudos

representativos da comunidade jornalística norte-americana, os dados apresentados referem-se apenas a esta classificação extrema, “extremamente importante”, e não incluem os dados às respostas “muito importante” em relação às funções.

Quadro 19: A importância das funções do jornalismo segundo os jornalistas norte-americanos (1971/72 – 1992) (A percentagem que indicam “É extremamente importante”)

	1971-72	1982-83	1992
Investigar o governo	76	66	67
Fornecer notícias logo que possível	56	60	69
Evitar notícias sem confirmação	51	50	49
Fornecer análise	61	49	48
Discutir políticas nacionais	55	38	39
Privilegiar grande audiência	39	36	20
Desenvolver os interesses intelectuais	30	24	18
Fornecer entretenimento	17	20	21
Ser adversário do governo	-	20	21
Ser adversário do mundo de negócios	-	15	14
Definir a agenda	-	-	5
Deixar as pessoas exprimir as suas opiniões	-	-	48

Fonte: Weaver e Wilhoit (1976:136)

No entanto, houve claramente mudanças ao longo das três décadas: a principal seria o declínio da percentagem de jornalistas que concordam que “investigar o governo” é uma função “extremamente importante”, de 76 por cento nos anos 1970, para 66 por cento no estudo dos anos 80, para 62 por cento no estudo dos anos 1990. Igualmente interessante é a subida na importância que os jornalistas norte-americanos dão à função de “dar a informação rapidamente”, de 56 por cento nos anos 1970, para 60 por cento nos anos 1980, para 69 por cento nos anos 1990.

Houve igualmente um declínio na percentagem de jornalistas norte-

americanos que concordam que são “extremamente importantes” as funções: 1) de “fornecer análises de problemas”, de 61 por cento nos anos 1970, para 49 por cento nos anos 1980, para 48 por cento nos anos 1990; 2) de “desenvolver os interesses intelectuais e culturais” do público, de 30 por cento nos anos 1970, para 24 por cento nos anos 1980, e 18 por cento nos anos 1990; e 3) de “privilegiar a maior audiência”, de 39 por cento nos anos 1970, para 36 por cento nos anos 1980, e 20 por cento nos anos 1990.

Os estudos comparativos internacionais sobre os jornalistas

A hipótese teórica essencial deste livro é que a comunidade jornalística é uma comunidade transnacional que partilha uma cultura profissional, cultura em que os jornalistas partilham critérios de noticiabilidade e um sistema de valores que fornece uma identidade profissional.

O acadêmico australiano J. P. Henningham constatou que a sociologia dos jornalistas se concentrou na análise de jornalistas em lugares específicos. Escreve Henningham (1984:323): “Tem havido pouca investigação comparativa a nível internacional sobre as orientações e valores profissionais dos jornalistas”. Na sociologia dos jornalistas, os estudos comparativos de comunidades nacionais de jornalistas têm sido raros (McLeod e Rush, 1969; Donsbach, 1981, 1983; Henningham, 1984; Kocher, 1986; McHane, 1989), como são os estudos comparativos na sociologia do jornalismo.

No capítulo que acabamos de ver, no estudo de caso da cobertura jornalística sobre a AIDS em cinco jornais diferentes, em quatro países diferentes, situados em três continentes diferentes, encontramos apoio à tese teórica de uma comunidade jornalística transnacional a partir da partilha de uma cultura noticiosa. No estudo sobre as notícias sobre a AIDS, os principais “acontecimentos” no período analisado de 1º de outubro a 31 de dezembro em todos os jornais eram iguais: o Dia Mundial da AIDS, ilustrando a importância do fator tempo como valor-notícia, e o “escândalo” do sangue contaminado na Alemanha, ilustrando os valores-notícia da proeminência do ator (o envolvimento de um ministro do governo) e da infração na cultura jornalística, bem como o “escândalo” como uma tipologia dos acontecimentos jornalísticos apresentada pela socióloga norte-americana Gaye Tuchman

(1978). Agora vamos pôr de novo a hipótese teórica da existência de uma comunidade interpretativa (Zelizer, 1993) transnacional com base nos dados do único estudo comparativo representativo de cinco comunidades jornalísticas: Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Itália e Suécia.

Não iremos proceder à análise dos poucos estudos comparativos dos jornalistas ao nível internacional: globalmente apontam para uma partilha de valores, como Henningham constatou entre as comunidades jornalísticas australianas e norte-americanas. Escreve Henningham (1984:329-330):

Foi também colocada a hipótese de os jornalistas americanos e australianos terem perspectivas profissionais amplamente semelhantes. Isto também foi fundamentado, mas a dimensão da semelhança em muitos dos itens individuais foi inesperada. O padrão generalizado era de os jornalistas australianos e americanos terem valores de grupo quase idênticos sobre a maioria dos valores e atitudes (com uma diferença de nota sendo de algum modo a ênfase colocada em itens relacionados com prestígio para os jornalistas americanos).

Refletindo sobre esta conclusão, baseada num estudo sobre duas comunidades jornalísticas, Henningham escreve que

(...) esta conclusão sugere que os valores profissionais no jornalismo é mais provável que sejam universais (pelo menos no caso das democracias modernas ocidentais), do que sejam a função dos ambientes dos *media* de países específicos (sublinhado acrescentado).

É precisamente essa a hipótese teórica fundamental deste livro.

O estudo mais recente, realizado nos anos 1990, e mais alargado, um estudo representativo de cinco comunidades jornalísticas é o projeto “*Media e Democracia*”, liderado por dois cientistas políticos, o norte-americano Thomas Patterson, agora professor na Universidade de Harvard, e o alemão Wolfgang Donsbach. É o primeiro estudo comparativo de cinco comunidades jornalísticas que fornece dados especificamente sobre os valores centrais do jornalismo e o papel que as notícias têm na sociedade. Com amostras representativas nos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Itália e Suécia, foram entrevistados um total de 1.500 jornalistas nos inícios dos anos 90.

O Quadro 20 apresenta os dados sobre a avaliação que os jornalistas dão [numa escala de (1) muita importância a (4) nenhuma] a diversos aspectos do seu trabalho como jornalista. As duas funções consensuais de todas as cinco comunidades foram “dar informação a outros” e “dar a conhecer e publicitar problemas”: a função recebe total unanimidade na comunidade jornalística através das fronteiras nacionais, variando de uma média de 1.1 nos Estados

Unidos, no Reino Unido e na Itália, a 1.2 na Alemanha e Suécia. A função de “dar a conhecer e publicitar problemas” é igualmente forte em todas as comunidades, de 1.2 na Itália e na Suécia, a 1.5 nos Estados Unidos e no Reino Unido. Outra função é definida como importante pelas cinco comunidades, embora com mais intensidade pela comunidade de jornalistas britânicos: a função de “estar entre os primeiros a saber o que se passa”.

Quadro 20: A importância de aspectos do trabalho jornalístico nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990
 (“Mean” numa escala de 1 – extremamente – a 4 – nenhuma)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia
Fornecer informação	1,1	1,1	1,2	1,1	1,2
Descobrir problemas	1,5	1,5	1,4	1,2	1,2
Ser o primeiro a saber	1,9	1,5	2,2	2,2	1,8
Influenciar o público	2,4	2,5	3,1	3,1	2,4
Ser conhecido	3,2	3,1	3,6	3,5	3,4
Influenciar as decisões políticas	2,6	2,5	2,9	2,7	2,5
Defender valores e ideias específicas	3,2	2,5	2,1	2,0	2,9
Expressar-me	3,0	2,8	2,8	2,7	2,8

Fonte: O projeto “Media e Democracia” de Patterson e Donsbach (1998).
 As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

As cinco comunidades rejeitam claramente a função de “ser conhecido”, de 3.1 no Reino Unido a 3.5 na Itália e 3.6 na Alemanha. As cinco comunidades hesitam em reconhecer o seu próprio poder: 2.5 no Reino Unido a 2.9 na Alemanha. Num aspecto do trabalho do jornalista, a importância dada ao fator “promover determinados valores e ideias”, verifica-se uma maior diferença de opinião entre as comunidades jornalísticas italiana e alemã (2.0 na Itália e 2.1 na Alemanha) e as comunidades jornalísticas sueca e norte-americana (2.9 na Suécia e 3.2 nos Estados Unidos).

Noutro ponto do inquérito, é colocada uma pergunta sobre a forma como os jornalistas veem a importância das funções do objeto central do seu

trabalho – as notícias – nas sociedades numa escala de 1 (muito importante) a 4 (menos importante) (ver Quadro 21).

Na leitura do Quadro 21, verificamos de novo a existência de uma cultura profissional partilhada pelos jornalistas nas cinco comunidades. É consensual para todos que a função de “dar a conhecer ao público informações sobre a atualidade” é muito importante, com pouca variação, de 1.17 na Alemanha e na Itália, a 1.27 na Suécia. Todas as cinco comunidades jornalísticas concordam com a função das notícias em “tornar responsáveis os que governam pelas ações que levam a cabo”, e quase com a mesma intensidade, variando da 2.04 na Suécia a 2.65 na Itália. Da mesma forma, as cinco comunidades jornalísticas exprimem menos entusiasmo para a função de “meio através do qual os indivíduos e os grupos se podem exprimir e promover os seus interesses e opiniões”, variando de 2.74 na Itália a 3.16 nos Estados Unidos. Finalmente, as cinco comunidades nacionais rejeitam a função das notícias como “meio através do qual os líderes políticos, económicos e sociais comunicam com o fim de exercer as suas funções mais eficazmente”, numa aparente afirmação da independência, variando de 3.34 nos Estados Unidos a 3.85 na Suécia. Esta concordância na forma de definir o papel das notícias na sociedade reforça a tese da existência de uma comunidade jornalística transnacional, a única conclusão que podemos retirar dos dados oferecidos pelo estudo de Patterson e Donsbach (1998).

**Quadro 21: As funções das notícias na sociedade
nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990
("Mean" numa escala de 1 – mais importante – a 4 – menos importante)**

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
(1) Vigiar o governo	2,24	2,33	2,40	2,65	2,04	2,33
(2) Meio de expressão dos grupos e pessoas	3,16	3,02	2,80	2,75	2,79	2,90
(3) Informar o público	1,20	1,15	1,17	1,17	,127	1,19
(4) Meio para a comunicação dos líderes	3,34	3,50	3,61	3,36	3,86	3,54

Pergunta: Quatro declarações associam a importância das notícias na sociedade. Poderia colocar cada declaração numa escala de 1 (mais importante) a 4 (menos importante)?

(1) As notícias são um meio através do qual os membros do governo são responsabilizados pelas suas ações.

(2) As notícias são um meio através do qual os indivíduos e os grupos imprimem e promovem os seus interesses e as suas opiniões.

(3) As notícias são um meio através do qual o público mantém-se informado acerca dos acontecimentos atuais.

(4) As notícias são um meio através do qual os líderes políticos, econômicos e sociais comunicam para governar de uma forma mais eficiente.

Fonte: O projeto "Media e Democracia" de Patterson e Donsbach (1998)

As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

No Quadro 22, temos as respostas das cinco comunidades à pergunta “o que é bom jornalismo”, numa escala de 1 (Concordo) a 7 (Discordo). Verifica-se que as cinco comunidades estão de acordo na sua definição do “bom jornalismo”.

O “bom jornalismo” baseia-se, principalmente, de acordo com as cinco comunidades jornalísticas, “num exame igualmente minucioso da posição das duas partes de uma disputa política”, variando de 1.33 nos Estados Unidos a 1.95 na Itália. O “bom jornalismo” expressa “uma definição justa das posições dos dois lados” da disputa, variando de 1.34 nos Estados Unidos a 1.81 na Suécia. O “bom jornalismo” é igualmente identificado, mas com menos intensidade, com o esforço de não permitir que “as crenças políticas dos jornalistas afetem a apresentação do tema”, variando de 1.56 no Reino Unido e na Itália, a 2.04 na Suécia. Mas, sobretudo, o “bom jornalismo” é identificado em todas as cinco comunidades com a obtenção de mais fatos para além das afirmações dos dois lados de uma disputa, outra vez o apelo do jornalismo como “Quarto Poder”. Há menos consenso sobre a definição do “bom jornalismo” com a identificação da melhor posição numa disputa política embora todas as cinco comunidades rejeitem esta definição, da forma mais vigorosa na Suécia (5.29) e menos vigorosa em Itália (4.08)

Quadro 22: A definição do bom jornalismo nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990 (“Mean” numa escala de 1 – concordo – a 7 – discordo)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Mean
(1) O exame rigoroso dos dois lados de uma disputa	1,33	1,50	1,56	1,95	1,81	1,63
(2) Ir além das declarações e obter fatos	1,30	1,38	1,35	1,66	1,22	1,38
(3) Expressar de uma forma justa a posição de cada lado	1,34	1,47	1,67	1,56	1,81	1,57
(4) Tornar clara a melhor posição numa disputa	5,23	4,69	4,91	4,09	5,29	4,84
(5) Não deixar as convicções pessoais influenciar a cobertura de uma disputa	1,63	1,56	1,85	1,56	2,04	1,72

Pergunta: Como definir o bom jornalismo? Por favor, indique numa escala de 1 (concordo vivamente) a 7 (discordo vivamente) cada uma das seguintes afirmações.

- (1) O bom jornalismo exige um exame rigoroso de cada posição numa disputa política.
- (2) O bom jornalismo implica ir para além das declarações e procurar mais fatos.
- (3) O bom jornalismo exprime de uma forma justa cada posição de uma disputa política.
- (4) O bom jornalismo torna claro que lado de uma disputa política tem a melhor posição.
- (5) O bom jornalismo não permite que as suas convicções políticas influenciem a apresentação de um assunto

Fonte: O projeto “Media e Democracia” de Patterson e Donsbach (1998)
As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993 – 1994.

No entanto, é claro que as cinco comunidades jornalísticas concordam com a definição do jornalismo como “sistema imparcial” e não como “*advocacy system*” (na defesa de uma causa). Numa escala de 1 (sistema imparcial) a 7 (“*advocacy system*”), as cinco comunidades colocam-se no sistema imparcial, uma empresa jornalística tenta apresentar com equilíbrio as perspectivas importantes, e rejeitam o “*advocacy system*” em que a empresa jornalística tenta promover um ponto de vista específico: Estados Unidos: 1.83; Suécia: 2.1; Reino Unido: 2.34; Alemanha: 2.79 e Itália: 2.8. A mesma pergunta é colocada noutra momento do questionário, mas desta vez invertendo a ordem, isto é, 1 identifica o jornalismo com a defesa do “*advocacy system*” e 7 identifica o jornalismo com o sistema imparcial. De novo, as cinco comunidades identificam o jornalismo com o sistema imparcial, variando de 5.77 nos Estados Unidos a 4.40 na Itália (ver Quadro 23).

Quadro 23: As escolhas entre formas alternativas do jornalismo nas cinco

comunidades jornalísticas nos anos 1990
(“Mean” numa escala de 1 a 7 entre pólos opostos)

Advocacia (1) a Imparcialidade (7)	5,73	5,53	4,76	4,41	5,62	5,21
Factual (1) a Interpretativa (7)	3,55	3,67	3,09	2,88	3,26	3,29
Sensacionalizar (1) a informar (7)	4,93	4,65	5,10	4,81	4,58	4,81
Crítico (1) a Construtivo (7)	3,54	3,52	2,92	3,51	2,55	3,20

Pergunta: Ao tomar as suas decisões, os jornalistas são obrigados a escolher entre formas alternativas do jornalismo.

Uma escolha é entre o jornalismo que defende uma posição específica e o jornalismo que tenta apresentar um relato imparcial dos acontecimentos. A que ponto é a advocacia ou a imparcialidade típica do seu trabalho como jornalista?

Outra escolha é entre um jornalismo em que os fatos falam por si e o jornalismo em que o jornalista interpreta os fatos para a audiência. A que ponto a factualidade ou a interpretação são típicas do seu trabalho como jornalista?

Outra escolha é entre o jornalismo que tenta captar a atenção do grande público e o jornalismo que tenta informar a audiência. A que ponto o seu trabalho como jornalista tenta obter a atenção do público ou tenta informar o público?

Outra escolha é entre o jornalismo que toma uma posição crítica em relação aos líderes políticos para defender o público de abusos do poder e o jornalismo que toma uma posição construtiva com o objetivo de os ajudar a comunicar com o público. A que ponto uma postura crítica ou a construtiva é típica do seu trabalho como jornalista?

Fonte: O projeto “*Media e Democracia*” de Patterson e Donsbach (1998)
 As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993 – 1994.

No Quadro 23, verifica-se de novo a existência de uma cultura profissional na forma de todas as comunidades defenderem um jornalismo mais factual e menos interpretativo, variando no polo de maior identificação de um jornalismo factual a comunidade italiana, em relação à comunidade norte-americana (3.54) e britânica (3.67). Entre agarrar a atenção do público e ser informativo, todas as cinco comunidades jornalísticas privilegiam informar, variando de 4.58 na Suécia para 5.10 na Alemanha. E, de novo, o encanto da função de “*watchdog*” e “*contrapoder*” seduz todas as cinco comunidades jornalísticas. Entre ter uma postura crítica em relação aos líderes políticos e uma postura construtiva, as comunidades jornalísticas privilegiam a postura crítica do jornalista, na ordem de 2.54 na Suécia a 3.52 no Reino Unido e 3.54 nos Estados Unidos.

Quer se goste ou não do valor, as descobertas apresentadas no Quadro 24 demonstram inequivocamente que a comunidade jornalística transnacional associa a sua atividade profissional com o valor de objetividade. Menos de 1 por cento (0.2) dos mais de 1.400 jornalistas dissociam o jornalismo do valor

da objetividade, com um número reduzido que associa pouco o jornalismo à objetividade.

Quadro 24: A importância da objetividade no trabalho jornalístico nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990 (em percentagem)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
Muito	90,8	83,6	81,1	80,7	75,5	82,3
Algo	9,2	15,1	17,2	18,0	22,7	16,4
Pouco	0,0	1,4	1,7	1,0	1,0	1,0
Nenhuma	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	0,2

Pergunta: Na sua opinião, qual é a importância para um jornalista de tentar ser o mais objetivo possível? Numa escala de 1 (muito importante), 2 (algo importante), 3 (pouco importante) a 4 (sem importância).

Fonte: O projeto "Media e Democracia" de Patterson e Donsbach (1998)
As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

Mais de 80 por cento dos jornalistas entrevistados responderam que o valor da objetividade é muito importante para o jornalista, variando de 76 por cento entre a comunidade sueca e 91 por cento na comunidade jornalística norte-americana.

Mais de três quartos dos jornalistas acham que há objetividade no trabalho jornalístico da sua empresa, embora se note no Quadro 25 que um número significativo, 40.4 por cento, dos jornalistas italianos defendem que não há objetividade suficiente no trabalho da sua organização jornalística.

Quadro 25: A avaliação do peso da objetividade nas notícias políticas da empresa jornalística de cada jornalista no estudo de Patterson (em percentagem)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
Excessiva	2,4	2,1	2,1	4,8	4,2	3,1
Insuficiente	9,9	14,5	21,0	20,4	8,7	18,9
Quase perfeito	87,7	83,4	76,9	54,8	87,2	78,0

Fonte: O projeto "Media e Democracia" de Patterson e Donsbach (1998)
As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

No Quadro 26, podemos verificar que o “ritual estratégico”, para utilizar a expressão de Gaye Tuchman, mais identificado com o valor de objetividade varia de comunidade para comunidade. A objetividade identificada com a obtenção de mais fatos (associação com a função de *watchdog*) é a mais forte dentro da comunidade jornalística transnacional, e particularmente forte na comunidade jornalística sueca (58.3 %) e na comunidade alemã (42.1%). A objetividade é também identificada com uma apresentação “justa” em quase 30 por cento dos inquiridos, particularmente mais forte nas comunidades jornalísticas anglo-saxônicas. 20 por cento dos inquiridos identificaram a objetividade principalmente com a autocontenção de “não permitir que as crenças políticas pessoais influenciem o trabalho”, variando de 13.0 por cento na comunidade sueca para 29 por cento na comunidade italiana, a comunidade jornalística com o número mais reduzido de jornalistas graduados, como iremos ver mais adiante.

Quadro 26: A melhor definição da objetividade nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990 (em percentagem)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
O exame rigoroso dos dois lados de uma disputa	9,5	2,14	18,8	10,5	10,5	13,5
Ir para além das declarações e obter fatos	28,4	27,7	42,1	30,1	58,3	37,2
Expressar de uma forma clara a posição de cada lado	39,3	30,9	21,2	26,9	21,7	28,0
Tornar clara a melhor posição numa disputa	0,7	1,1	1,0	3,1	0,0	1,2
Não deixar as convicções pessoais influenciarem a cobertura	22,1	18,9	16,8	29,4	13,0	20,1

Pergunta: Por favor, examine outra vez cinco declarações sobre o bom jornalismo. Qual das declarações se aproxima mais do seu entendimento da objetividade?
As cinco declarações são apresentadas no Quadro 22.

Fonte: O projeto “*Media e Democracia*” de Patterson e Donsbach (1998)
As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

O estudo comparativo de Patterson e Donsbach fornece provas empíricas

para a hipótese teórica de que os jornalistas são uma comunidade interpretativa transnacional. Com base num inquérito representativo de cinco comunidades jornalísticas, é notável a partilha do mesmo “*ethos*” e conjunto de valores que fornecem um retrato claro da identidade jornalística. As cinco comunidades jornalísticas concordam na definição do papel do seu objeto central de esforço – as notícias – e as funções associadas às notícias numa democracia.

As cinco comunidades jornalísticas concordam na definição do que é o “bom jornalismo”.

As cinco comunidades concordam nos aspectos mais importantes do seu trabalho como jornalistas, incluindo uma associação muito forte entre a sua profissão e a objetividade.

Os dados do estudo de Patterson e Donsbach (ver Quadro 27) demonstram também, inequivocamente, que a tribo jornalística transnacional é claramente uma comunidade interpretativa situada à esquerda no plano político, com o valor 1 identificado com a extrema esquerda e o valor 7 identificado com a extrema direita do espectro político. No plano político, os jornalistas colocam-se mais no centro-esquerda: as cinco comunidades estão colocadas mais à esquerda do centro político (4.0), variando da mais à esquerda (a comunidade jornalística italiana, com 3.01) a menos à esquerda (as comunidades jornalísticas sueca 3.45 e britânica 3.45).

O apelo dos ideais associados ao “Quarto Poder”, como o “guardião da democracia”, “contrapoder”, “voz dos desfavorecidos”, a relação simbiótica entre o jornalismo e a democracia, explica talvez como os membros da tribo jornalística se situam a si próprios na esquerda.

Curiosamente, os jornalistas situam-se a si próprios mais à esquerda do que a audiência. A comunidade italiana situa o público italiano claramente no centro-esquerda (3,76), enquanto as outras quatro comunidades jornalísticas situam o seu público no centro-direita, variando de 4.09 para a comunidade jornalística sueca a 4.46 para a comunidade jornalística norte-americana.

**Quadro 27: As tendências políticas dos jornalistas
nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990
 (“Mean” numa escala de 1 – mais a esquerda – a 7 – mais a direita)**

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
Os editoriais da sua organização jornalística	3,98	4,35	4,18	3,75	4,22	4,09
As notícias da sua organização jornalística	3,87	4,12	3,91	3,61	3,88	3,88
A audiência da sua organização jornalística	4,46	4,20	4,28	3,76	4,09	4,16
Você	3,32	3,46	3,38	3,01	3,46	3,33

Pergunta: As organizações jornalísticas são classificadas politicamente em termos da sua posição numa escala esquerda (1) – direita (7) com o centro político no (4). Onde colocaria os editoriais da sua organização jornalística, as notícias da sua organização jornalística, a audiência da sua organização jornalística e você?

Fonte: O projeto “Media e Democracia” de Patterson e Donsbach (1998)

As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

Segundo os dados recolhidos no estudo (ver Quadro 28), o fato é que a comunidade jornalística italiana é também a comunidade jornalística com o número mais reduzido de profissionais com educação universitária, apenas 8 por cento, comparado com 88 por cento nos Estados Unidos, 58 por cento no Reino Unido, 58 por cento na Alemanha, e 60 por cento na Suécia. Com cursos universitários em comunicação e jornalismo, o jornalismo atrai um número cada vez maior de jovens que escolhem um curso superior em função de uma atividade profissional, e não como solução de recurso ou pura opção de militância. Este processo que, como tivemos a oportunidade de ver, constitui um processo importante na profissionalização de uma atividade, ainda se encontrava num momento inicial em países como a Itália nos anos 1990, em que quase metade dos jornalistas no estudo de Patterson e Donsbach não tinha qualquer frequência universitária.

**Quadro 28: O nível de educação
nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990
(em percentagem)**

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia
Graduado	88	58	58	8	60
Graduado e frequência universitária	99	77	87	54	86
Sem qualquer estudo	1	23	13	46	14

Fonte: O projeto “*Mídia e Democracia*” de Patterson e Donsbach (1998)
As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

O nível de educação dos membros da comunidade jornalística parece estar ligado à intensidade dos direitos e responsabilidades que os jornalistas demonstram na defesa do seu “território profissional” (Ruellan, 1993, 1997), como podemos ver no Quadro 29. Os jornalistas norte-americanos discordam mais com a afirmação “o tribunal deveria tornar relativamente fácil que os governantes prejudicados por reportagens falsas e descuidadas ganhem processos” do que com a afirmação “os membros do governo deveriam ter a autoridade para impedir a publicação ou a emissão de uma notícia que creiam ser uma ameaça séria à segurança nacional”.

Quadro 29: Os deveres e as responsabilidades dos jornalistas nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990 (“Mean” numa escala de 1 – concordo – a 7 – discordo)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
Acesso aos documentos do governo	1,43	1,51	1,69	1,37	1,08	1,41
Processar jornalistas	3,28	2,60	2,67	1,86	1,89	2,46
Quebra de promessa de confidencialidade	5,84	5,47	5,61	4,26	6,49	5,56
Não dar destaque às posições extremistas	5,86	4,90	5,30	3,77	4,60	4,89
Facilitar casos de difamação	4,82	3,73	4,51	3,22	4,33	4,10
Direito de resposta	3,37	2,76	2,00	1,32	2,22	2,33
Dar mais poderes do governo para impedir notícias que põem em causa segurança nacional	5,73	4,42	5,33	4,55	5,67	5,14
Não promover ideias rejeitadas pelo grande público	5,92	5,33	5,98	5,55	5,26	5,60
Não entrar nas vidas privadas dos responsáveis políticos	5,88	5,66	4,36	4,36	5,43	5,14
Não cobrir os assuntos sobre os quais tem convicções fortes	4,86	5,19	5,73	4,90	3,06	4,75

Pergunta: Agora queremos as suas opiniões sobre os direitos e as responsabilidades dos jornalistas. Por favor, indique o grau de intensidade com que concorda ou não concorda com as seguintes afirmações numa escala de 1 (concordo muito) a 7 (discordo muito).

Os jornalistas devem ter, quando requisitam, acesso imediato e completo a qualquer documento do governo que não esteja protegido por razões de segurança nacional.

Uma fonte de informação a quem foi prometida confidencialidade deve ter o direito de processar o jornalista por qualquer quebra de compromisso.

Os jornalistas devem ser obrigados a revelar a identidade de uma fonte se um tribunal decidir que essa informação é importante.

Os *media* têm a obrigação de não destacar as atividades de extremistas políticos cujas ideias são uma ameaça à vida democrática.

Os casos de difamação devem ser facilitados pelos tribunais às figuras públicas que foram gravemente prejudicadas por notícias falsas e irresponsáveis.

Os cidadãos privados que foram acusados falsamente pelos *media* devem ter o direito legal de um direito de resposta.

O governo deve ter a autoridade de impedir a publicação de notícias que acredita pôr em causa a segurança nacional.

Os jornalistas não devem promover ideias e valores que foram rejeitados pelo grande público.

Os jornalistas não devem invadir a vida privada dos responsáveis políticos.

Os jornalistas não devem cobrir assuntos sobre os quais têm convicções fortes.

Fonte: O projeto “*Media e Democracia*” de Patterson e Donsbach (1998)

As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

Mais uma vez são os jornalistas italianos que defendem menos o seu território profissional, como, por exemplo, nas afirmações 2, 3, 5, e 6. Os jornalistas norte-americanos discordam mais com a afirmação “os jornalistas não deveriam imiscuir na vida privada dos governantes”. As comunidades jornalísticas norte-americanas (5.91) e alemãs (5.98) discordam mais com a

afirmação “os jornalistas não deveriam promover ideias e valores que foram rejeitados pelo público em geral”.

Por fim, quanto às limitações que os jornalistas sentem serem as mais importantes, encontramos, de novo, um consenso quase unânime (ver Quadro 30).

Para todas as comunidades jornalísticas, as três principais limitações são: 1) um espaço noticioso limitado; 2) a pressão das horas de fechamento; e 3) recursos insuficientes para pesquisa e investigação, exceto no caso dos jornalistas britânicos, que colocam em terceiro lugar a limitação de acesso aos documentos governamentais. A limitação julgada menos importante por parte de todas as comunidades jornalísticas foi a “pressão dos donos”, variando de 2.93 na comunidade jornalística italiana para 3.53 na comunidade jornalística alemã.

Quadro 30: As limitações à atividade jornalística nas cinco comunidades jornalísticas nos anos 1990
 (“Mean” numa escala de 1 – muito importante – a 4 – não importante)

	EUA	Reino Unido	Alemanha	Itália	Suécia	Total
Espaço ou tempo insuficientes	2,02	1,94	2,09	1,84	1,97	1,97
Pressões da hora de fechamento	2,09	1,88	2,57	1,83	2,12	2,10
Recursos insuficientes para investigação	2,42	2,28	2,56	1,92	1,88	2,22
Pressão dos superiores	3,17	3,05	3,48	2,84	2,93	3,09
Acesso insuficiente aos documentos do governo	2,82	2,24	2,96	2,26	3,31	2,72
Acesso insuficiente às figuras públicas	2,87	2,50	3,17	2,91	3,00	2,89
Acesso insuficiente aos líderes políticos e económicos	2,73	2,51	3,10	2,94	2,90	2,84
Conhecimentos insuficientes do próprio jornalista	2,69	2,63	2,77	2,32	2,43	2,57
Pressão dos danos	3,32	3,39	3,54	2,93	3,15	3,27

Pergunta: os jornalistas trabalham dentro dos limites de uma atividade com ritmo acelerado e exigente. Quais são as maiores limitações ao seu trabalho?

Fonte: O projeto “*Media e Democracia*” de Patterson e Donsbach (1998)

As entrevistas foram realizadas nos cinco países nos anos 1993-1994.

A tese central deste livro é a de que a comunidade jornalística é uma comunidade transnacional. Examinamos a hipótese teórica através de duas

metodologias diferentes: 1) uma análise de conteúdo do produto jornalístico sobre a problemática da AIDS de cinco jornais publicados em quatro países situados em três continentes diferentes durante um período de três meses (1º de outubro a 31 de dezembro de 1993) e 2) um inquérito representativo de cinco comunidades jornalísticas em países democráticos (os Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Itália e Suécia), realizados nos anos 1993-94, sobre os seus valores profissionais.

A análise da cobertura jornalística da AIDS aponta para a existência de uma cultura noticiosa comum: em todos os jornais, os mesmos dois acontecimentos marcam a agenda jornalística – o Dia Mundial da AIDS e o “escândalo do sangue contaminado”. A cobertura do Dia Mundial da AIDS demonstra que o fator tempo é em si um valor-notícia, um índice das relações complexas entre o campo jornalístico e o tempo. O escândalo do “sangue contaminado”, que envolveu um outro valor-notícia fundamental da cultura jornalística – o valor de notoriedade do ator – na figura do Ministro do governo alemão que foi obrigado a demitir-se, esclarece não só o peso de certos valores-notícia da cultura jornalística, mas também a pujança de toda a mitologia jornalística na função de *watchdog* do poder. O escândalo do sangue contaminado foi a notícia estrangeira mais noticiada nos cinco jornais, embora tendo obtido menos cobertura no jornal brasileiro, demonstrando a importância do valor-notícia da proximidade no fluxo da informação.

O estudo comparativo de Patterson e Donsbach sobre cinco comunidades jornalísticas, único na história da sociologia dos jornalistas, oferece dados empíricos claros para a tese do livro: os jornalistas são uma comunidade interpretativa transnacional, com um sistema de valores e definição do *ethos* jornalístico como referência que delinea um esboço bem claro da identidade jornalística nas democracias contemporâneas.

Para os profissionais das notícias, o jornalismo é, sobretudo, um serviço público em que os valores da autonomia e da liberdade estão no centro da sua profissão.

Para os profissionais das notícias, as principais limitações ao seu trabalho são a escassez do espaço/tempo (os inquéritos foram realizados ainda antes da explosão do ciberjornalismo), as pressões da hora do fechamento e as limitações de recursos para a investigação.

Apesar de alguma variação, sobretudo no caso da comunidade jornalística italiana, os jornalistas das cinco comunidades partilham uma cultura profissional em que o valor da objetividade é associado à sua atividade jornalística. Levantou-se a hipótese do fato de um número relativamente pequeno de jornalistas italianos terem uma formação universitária ilustrar que há profissionalização dos jornalistas, um processo histórico irreversível que começou a desenvolver-se em ritmos diferentes durante o século XIX em vários países e que continuou a desenvolver-se em ritmos diferentes até hoje em dia, tendo tido uma aceleração muito forte em Portugal durante as duas últimas décadas do século XX, não escapa uma presença cada vez maior de pessoas com formação universitária, em particular na área científica da comunicação e jornalismo – uma metatendência na evolução da tribo jornalística.

Conclusões

Já há mais de 150 anos, em meados do século XIX, um comentarista britânico referiu-se ao jornalismo para o designar “um poder do reino, mais poderoso que qualquer um dos outros poderes”.

Então denominado como o “Quarto Poder”, no início do século XXI diversas vozes do mundo social, político e acadêmico não hesitam em considerar o jornalismo como o “primeiro poder” entre os múltiplos poderes nas sociedades contemporâneas. Quem duvida? Em 2001, um dos maiores escândalos do regime democrático português do pós 25 de Abril, o escândalo das votações parlamentares, foi deflagrado pelo campo jornalístico, nomeadamente o jornal *Expresso*. No mesmo ano, surgiram sinais claros de uma crescente vaga de descontentamento entre vários agentes sociais em relação ao jornalismo, como, por exemplo, o VI Congresso de Juizes Portugueses em que a cultura jornalística foi associada a uma “cultura da morte”. Um orador defendeu que a Justiça e a comunicação social teriam a ganhar com a criação de um novo órgão com poderes efetivos para regular a atividade.

Este livro é uma sociologia dos jornalistas. Tem como base a avaliação das teorias que foram expostas ao longo de quase cem anos de pesquisa acadêmica no campo da sociologia do jornalismo: uma compreensão do porquê as notícias serem como são tem que partir de uma análise da cultura profissional das pessoas que produzem as notícias – os jornalistas.

Concebendo o jornalismo como um campo, no conceito teórico oferecido pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, entendemos que as notícias são um resultado de processos de interação social entre “promotores” (Molotch e Lester) e jornalistas – os “agentes especializados” do campo jornalístico (Bourdieu, 1997) – entre os próprios profissionais do campo, isto é, entre jornalistas, e entre os jornalistas e a sociedade, sendo que os seus valores-notícia são construídos sobre um pano de fundo – a estrutura profunda (Hall *et al.*, 1978) – que projeta um mapa do mundo em esferas do consenso, da controvérsia e do desvio (Hallin, 1986).

O objeto de contenção – o *enjeu* – nos processos de interação são as

notícias, um recurso social que os diversos agentes sociais querem mobilizar para os seus interesses, promovendo as suas “necessidades de acontecimentos”. Os agentes especializados do campo jornalístico têm também as suas “necessidades de acontecimentos” e o desafio diário de mobilizar os seus saberes profissionais em tempo útil – antes da hora de fechamento. São participantes ativos na construção das notícias e, apesar da importância dos fatores externos, o campo jornalístico e os seus jornalistas gozam de uma “autonomia relativa”, (Hall *et al.*, 1978) que aponta para a importância de compreender esta “comunidade interpretativa” chamada hoje jornalistas.

Tivemos a oportunidade de verificar que a emergência do campo jornalístico ocorreu no século XIX, associado a processos económicos, sociais, tecnológicos e políticos. Com um novo paradigma – o jornalismo como informação – e com um novo produto – as notícias, houve um processo de industrialização e comercialização do jornalismo, bem como um processo de profissionalização de cada vez maior número de pessoas que escolheram o jornalismo como uma atividade de vida.

Verificamos que o processo de profissionalização ainda não está completo, e que se desenvolveu nos diversos países em ritmos diferentes, sobretudo condicionado pela existência de liberdades fundamentais. Desenvolveu-se, sobretudo, com os objetivos de melhores vencimentos e condições de trabalho e, ainda, maior prestígio social, numa identificação clara com uma associação privilegiada com as chamadas profissões liberais, exceto no caso português – uma anomalia histórica – em que o Sindicato dos Jornalistas seguiu uma “linha proletária” na defesa de uma profissão ligada à “classe operária”. Com base em dados empíricos, verificamos que o rumo da história aponta para uma comunidade jornalística com um número crescente de profissionais com formação universitária.

O processo de profissionalização levou à formação de uma panóplia de mitos que constituem o núcleo de toda uma cultura profissional que, defendemos, é partilhada por uma “comunidade interpretativa” transnacional. Ingrediente indispensável da cultura jornalística é todo um sistema de valores que esboçam um retrato bem claro da identidade profissional dos membros da tribo e todo um conjunto de critérios de noticiabilidade que formam toda uma

cultura noticiosa, os “óculos” na linguagem de Bourdieu (1997), que criam uma “realidade seletiva”, o mundo oferecido pelos membros de “Novaslândia”. Tivemos a oportunidade de examinar a cultura jornalística, incluindo a cultura noticiosa, na segunda parte deste livro.

A hipótese teórica central do livro – que a comunidade jornalística é uma comunidade interpretativa transnacional – foi objetivo de investigação empírica na terceira parte, a partir de duas metodologias: uma análise comparativa das notícias sobre a problemática da AIDS em cinco jornais diferentes (*Diário de Notícias*, *Correio da Manhã*, *El País*, *Folha de São Paulo*, e o *New York Times*) em quatro países diferentes (Portugal, Espanha, Brasil e Estados Unidos), e um estudo comparativo de cinco amostras representativas de cinco comunidades jornalísticas (Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Itália e Suécia).

As duas vias de investigação deram dados empíricos que apoiam a tese de que a comunidade jornalística é uma comunidade transnacional em que os jornalistas nos diversos países partilham valores-notícia semelhantes e toda uma cultura profissional. Os dados empíricos apontam para o fato de que os jornalistas partilham, com variações de intensidade, um sistema de valores que fornece uma identidade clara do profissional, de tal modo que a tribo jornalística é transnacional.

Na última década do século XX, nova pesquisa levanta a questão desta comunidade interpretativa ser, de fato, global, apontando para as mudanças tecnológicas como a transmissão via satélite, a crescente transnacionalização das empresas mediáticas e jornalísticas, a presença de empresas jornalísticas globais, como a *CNN*, nas salas de redação em inúmeras outras empresas jornalísticas longe da sede em Atlanta, Geórgia, a oferta crescente de notícias de uniões de esforços jornalísticos, como a *Euronews*.

Neste estudo provamos que a comunidade jornalística é transnacional. A questão – se a comunidade jornalística é uma comunidade global? – é uma hipótese teórica interessante a examinar numa próxima investigação.

4 Em Portugal, “licenciados”.

Notas

- 1) As categorias usadas por Rogers, Dearing e Chang (1991) são:
 - 1 – Crianças com AIDS: histórias noticiosas acerca de crianças com AIDS;
 - 2 – Figuras Públicas: histórias noticiosas contendo informações pessoais acerca de pessoas com AIDS que são reconhecidas publicamente;
 - 3 – Epidemia: histórias noticiosas relatando fatos estatísticos acerca da propagação da AIDS;
 - 4 – Biomédico: histórias noticiosas relatando descobertas científicas acerca da AIDS;
 - 0 – Prevenção: histórias noticiosas lidando com métodos para a prevenção da AIDS; por exemplo, o uso de preservativos;
 - 6 – Discriminação: histórias noticiosas relatando o tratamento injusto de pessoas com AIDS; por exemplo, a recusa do pessoal em fornecer assistência médica a pessoas com AIDS;
 - 7 – Ajuda de Pessoas: histórias noticiosas relatando atividades não governamentais para ajudar pessoas com AIDS; por exemplo, trabalho voluntário;
 - 8 – Políticas governamentais: histórias noticiosas acerca de atividades governamentais contra a AIDS; por exemplo, a educação sexual na escola, atribuição de orçamentos para o combate à AIDS etc.;
 - 9 – Direitos civis: histórias noticiosas com respeito à privacidade ou temas de direitos civis relacionados com a AIDS; por exemplo, controvérsia acerca da violação dos direitos civis que pode ser causada por testes sanguíneos obrigatórios para detecção do HIV;
 - 10 – Ética: histórias noticiosas acerca de aspectos imorais ou irresponsáveis de comportamento com AIDS, tais como o uso de sangue de pessoas com AIDS como arma de ameaça;
 - 11 – Interesse Humano: histórias noticiosas descrevendo pessoas com AIDS como vítimas, de modo a que os leitores ou espectadores possam sentir que conhecem as vítimas mais proximamente;
 - 12 – Resultados de sondagens: histórias noticiosas baseadas em resultados de sondagens sobre a AIDS;

13 – Outras.

2) As categorias agentes principais usadas no estudo são as seguintes:

1 – OMS: Organização Mundial da Saúde;

2 – Governo: referências a membros importantes e a termos como “governo”, “Ministério da Saúde”;

3 – Agência governamental: referências a órgãos de governo específicos criados para o “combate à AIDS”;

4 – Outras autoridades: referências a governos locais, polícia, tribunais;

5 – Biomédico: referências a cientistas, peritos, médicos; 6 – Partidos políticos: referência a partidos políticos e seus líderes;

7 – Organizações religiosas: referências a todos os grupos religiosos, e referências ao Papa;

8 – Organizações não governamentais: referências apenas a organizações não governamentais especificamente relacionadas com o HIV/AIDS tal como “*Act Up*”;

9 – Pessoas com HIV/AIDS: referências a indivíduos específicos que são soropositivos ou estão doentes com sintomas ligados à AIDS (incluindo as pessoas que desejam manter o anonimato);

10 – Hemofílicos: referências a doadores de sangue ou a associações que defendem os seus interesses;

11 – Outros: referências a todos os outros agentes, incluindo outras associações não governamentais, tal como os sindicatos de enfermeiros;

12 – Não aplicável.

3) O estudo de Rogers, Dearing e Chang baseia-se numa análise de conteúdo de seis importantes *mass media* americanos (o *New York Times*, o *Washington Post*, o *Los Angeles Times*, e os noticiários da noite da *ABC*, *NBC* e *CBS*), de junho de 1981 a dezembro de 1988 (91 meses).

Bibliografia

- ALDRIDGE, Meryl (1998). The tentative hell-raisers: identity and mythology in contemporary UK press journalism, *Media, Culture & Society*, Vol. 20.
- ALLAN, Stuart (1999). *News Culture*, Buckingham and Philadelphia: Open University Press.
- ALTHEIDE, David (1976). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*, Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.
- ANSEJO, Profirio (1979). *Códigos de la Profesión Periodística: Análises Comparativos*, Madrid: Universidade Complutense de Madrid.
- ANSON, Robert Sam (1989). *War News: A Young Reporter in Indochina*, New York: Simon e Schuster.
- ATWATER, T.; FICO, F. (1986). Source Reliance and Use, in: Reporting State Government: *A Study of Print and Broadcast Practices*, Newspaper Research Journal, Vol. 8, No. 1.
- ATWOOD, L. Erwin; GROTTA, Gerald (1973). Socialization of News Values in Beginning Reporters, *Journalism Quarterly*, Vol. 50, No. 4.
- BANNING, Stephen A. (1994). *Discovering a Mid-Nineteenth Century Drive for Journalistic Professionalization*, Comunicação apresentada no Congresso da Association of Educators in Journalism and Mass Communication, 10 de agosto, Atlanta, Georgia.
- BARBER, Bernard (1963). Some Problems in the Sociology of the Professions, *Daedalus*, Vol. 92, No. 4.
- BARNES, Kathleen (1990). *Trial by Fire: A Woman's Correspondent's Journey to the Frontline*, New York: Thunder's Mouth Press.
- BASKETTE, F. K.; SISSORS, J. Z.; BROOKS B. S. (1982). *The Art of Editing*, New York: Macmillan.
- BECKER, H. S. (1967). *Whose Side Are We On*, Social Problems, Vol. 14, No. 3.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas (1971). *The Social Construction of Reality*, Harmondsworth: Penguin Books.
- BERTRAND, Claude Jean (1998). Media Quality and Control in the USA and Europe. No livro de Hugh Stephenson e Michael Bromley (eds.). *Sex, Lies and Democracy: The Press and the Public*. London & New York: Longman.
- BIRD, S. Elizabeth. DARDENNE, Robert W. (1988). Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News, in: James W. Carey (Ed.), *Media, Myth and Narrative*, Newbury Park, Ca.: Sage Publications.
- BOORSTIN, Daniel (1971). From News-gathering to Newsmaking: A Flood of Pseudo-Events, No livro de W. Schramm e D. F. Roberts (Eds.). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, Ill.: The University of Illinois Press.
- BOURDIEU, Pierre (1979). *La distinction*, Paris: Minuit.
- BOURDIEU, Pierre (1984). *Questions de sociologie*, Paris: Minuit.
- BOURDIEU, Pierre (1996). *Journalisme et ethique*, Les Cahiers du Journalisme, No. 1.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta.
- BOURDIEU, Pierre (1998). *On Television*, New York: The New Press.
- BOYCE, George (1978). The Fourth Estate: The Reappraisal of a Concept, in: George Boyce, James Curran, and Pauline Wingate (Eds.). *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present*

- Day, London: Constable and Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.
- BOYD-BARRETT, Oliver (1979). The Politics of Socialization: Recruitment and Training for Journalism, na obra de Harry Christian (Ed.). *The Sociology of Journalism and the Press*. Sociological Review Monograph, No. 29
- BREED, Warren (1955). *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*, Social Control, Vol. 33, Fall.
- BREED, Warren (1980). *The Newspaperman*, News and Society, New York: Arno Press.
- BRODDASON, Thorbjorn (1994). The Sacred Side of Professional Journalism, *European Journal of Communication*. Vol. 9.
- BUCKALEW, James K. (1967). *The Television News Editor as a Gatekeeper*, Unpublished PH. D. dissertation.
- CAPUTO, Philip (1991). *Means of Escape*, New York: Harper Collins.
- CARR-SAUNDERS, A. M. (1928). *Professions: Their Organization and Place in Society*, Oxford: Clarendon Press.
- CARR-SAUNDERS, A M.; WILSON, P. A (1933). *The Professions*, London: Frank Cass & Co.
- CHALABY, Jean K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s, *European Journal of Communication*, Vo. 11 (3).
- CHALABY, Jean K. (1997). No ordinary press owners: press barons as a Weberian ideal type, *European Journal of Communication*. Vol. 12.
- CHRISTIAN, Harry (1980). Journalists' Occupational Ideologies and Press Commercialism, no seu trabalho "The Sociology of Journalism and the Press". *Sociological Review Monographs*, No. 29.
- CHRISTIANS, C.; FERRE, J. P.; FACKLER, P. M. (1993). *Good News*, Social Ehtics, and the Press, New York: Oxford.
- COHEN, Akiba A.; LEVY, Mark R.; ROEH, Itzhak; GUREVITCH, Michael (1996). *Global Newsrooms, Local Audiences: A Study of the Eurovision News Exchange*, London: John Libbey.
- COHEN, Bernard C. (1963). *The Press and Foreign Policy*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- COOK, Timothy E. (1991). *Notes for the Next Epidemic – Part One: Lessons from the News Coverage of AIDS*, Cambridge, Ma.: The Joan Shorenstein Barone Center.
- CORREIA, Fernando (2000). *Jornalismo e sociedade*, Lisboa: Editorial "Avanté".
- CROUSE, T. (1972). *The Boys on the Bus: Riding with the Campaign Press Corps*, New York: Random House.
- CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Eds.). *Mass Media and Society*, London: Arnold.
- DARNTON, Robert (1975). Writing News and Telling Stories, *Daedalus*, Vol. 104, Spring.
- DAY, J. Lawrence (1968). The Latin American Journalist: A Tentative Profile, *Journalism Quarterly*, Vol. 45, No. 3.
- DEFRANK, Jay (1994). *News From Hell Before Breakfast*, comunicação apresentada no Congresso da AEJMC em Atlanta, Georgia (E.U.A) em agosto.
- DELPORTE, Christian (1999). *Les journalistes en France 1880-1950: Naissance et construction d'une profession*, Paris: Éditions du Seuil.
- DENNIS, E. E.; ISMACH, A. H. (1981). *Reporting Processes and Practices*, Belmont, Ca: Wadsworth.
- DEVILLARD, Valerie et al. (1991). *Les journalistes français en 1990*, Paris: Institut français de Presse.

- DONSBACH, Wolfgang (1981). Legitimacy through Competence Rather Than Value Judgments: The Concept of Journalistic Professionalization Reconsidered, *Gazette*, No. 27.
- DONSBACH, Wolfgang (1983). Journalists Conceptions of Their Audience, *Gazette*, No. 32.
- DOOLEY, Patricia (1997). *Taking Their Political Place: Journalists and the making of an Occupation*, Westport, Ct.: Greenwood Press.
- DORMAN, William A.; LIVINGSTON, Steven (1994). News and Historical Context: The Establishing Phase of the Persian Gulf Policy Debate, no livro de W. Lance Bennett e David Paletz (Eds.). *Taken By Storm: The Media, Public Policy and U. S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago e Londres: The University of Chicago Press.
- ELLIOTT, Philip (1972). *The Sociology of the Professions*, London e Basingstoke: The Macmillan Press, Ltd.
- ELLIOTT, Philip (1977). Media Organizations and Occupations: An Overview, no livro de James Curran, Michael Gurevitch e Janet Woollacott (Eds.): *Mass Communication and Society*. London: The Open University.
- ELLIOTT, Philip (1978). Professional Ideology and Organizational Change: The Journalist Since 1800, in: George Boyce, James Curran, and Pauline Wingate (Eds.), *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day*, London: Constable and Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.
- ENGEL, Matthew (1996). *Ticklethe Public: One Hundred Years of the Popular Press*, London: Victor Gollancz.
- EPSTEIN, Edward Jay (1973). *News From Nowhere*, New York: Random House.
- ERICSON, Richard V., BARANEK, Patricia M.; CHAN, Janet B. L. (1987). *Visualizing Deviance: A Study of News Organizations*, Toronto: University of Toronto Press.
- EMERY, Michael; EMERY, Edwin (1988). *The Press and America: Na Interpretive History of the Mass Media*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- ESTEVES, João Pissarra (1998). *A ética da comunicação e os media modernos: Legitimidade e Poder nas sociedades complexas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian e Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica.
- ETZIONI, Amitai (Ed.). (1969). *The Semi-Professions and Their Organization: Teachers, Nurses, Social Workers*, New York : The Free Press.
- FERENCZI, Thomas (1993). *L'invention du journalisme en France*, Paris: Plon.
- FEYEL, Gilles (1994). Aux origines de l'identité professionnelle des journalistes, no livro de Michel Mathien e Rémy Rieffel (Eds.). *L'identité professionnelle des journalistes*. Actas do Colóquio de Strasbourg, 25 e 26 de Novembro de 1994.
- FISHMAN, Mark (1978). Crime Waves a Ideology, *Social Problems*, 25.
- FISHMAN, Mark (1980). *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.
- FISHMAN, M. (1982). News and Nonevents: Making the Visible Invisible, no livro de James S. Ettema e D. Charles Whitney (Eds.). *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity or Constraint*. Beverly Hills, Ca: Sage Publications.
- GALLUP (2000). "Gallup Poll Topics – Health and Health Care", September 11-13. (www.gallup.com/poll/indicators/indhealth2.asp).
- GALTUNG, Johan; RUGE, Marie Holmboe (1965/1993). The Structure of Foreign News, *Journal of International Peace Research*, Vol. 1. Também publicado no livro de Traquina (1993)
- GAMSON, W. A. (1989). News as Framing, *American Behavioral Scientist*, Vol. 33.
- GANS, Herbert (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Evening News,*

Newsweek, and Time, New York: Pantheon Books.

GARCIA, Luis (1994). Principais tendências de evolução do universo dos jornalistas portugueses. *Vértice*, 60, Maio-Junho.

GITLIN, Todd (1979). News as Ideology and Contested Area: Toward a Theory of Hegemony, Crisis and Opposition. *Socialist Review*, 48, Vol. 9, No. 6.

GITLIN, Todd (1980). *The Whole World Is Watching*, Berkeley, Ca.: University of California Press.

GOFFMAN, Erving (1975). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Boston: Northeastern University Press.

GOLD, David; SIMMONS, Jerry L. (1963). News Selection Patterns among Iowa Dailies, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 29, Fall.

GOLDING, P.; ELLIOTT, P. (1978). *Making the News*, London: Longman.

GOODE, William J. (1960). Encroaching Charlatanism and Emerging Profession: Psychology, Sociology and Medicine, *American Sociological Review*, 25, 6 (December).

GOODE, William J. (1969). *The Theoretical Limits of Professionalization*. No livro de Amitai Etzioni (Ed.). *The Semi-Professions and Their Work*. New York: The Free Press.

GRABER, Doris; NORRIS, McQuail; NORRIS, Pippa (Eds.). *The Politics of News, The News of Politics*, Washington, D. C.: CQ Press.

GREENWOOD, Ernest (1957). *Attributes of a Profession*, *Social Work*, 2, (July).

GUREVITCH, Michael; LEVY, Mark R.; ROEH, Itzhak (1997). *The Global Newsroom: Convergences and Diversities in the Globalization of Television News*, no livro de Peter Dahlgren e Colin Sparks (Eds.). *Communication and Citizen: Journalism and the Public Sphere*. London e New York: Routledge.

HABERMAS, Jurgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: Na Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge, Ma.: The MIT Press.

HALL, Richard H. (1967). *Some Organizational Considerations in the Professional-Organizational Relationship*, *Administrative Science Quarterly*, 12, (Dezembro).

HALL, Richard H. (1968). *Professionalization and Bureaucratization*, *American Sociological Review*. Vol. 33, No. 1.

HALL, Stuart (1984). The Narrative Construction of Reality: An Interview with Stuart Hall, *Southern Review*, Vol. 17, No. 1.

HALL, Stuart; CRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; REPORTS, Brian (1978). *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, London: Methuen and New York: Holmes & Meier.

HALLIN, Daniel (1984). The Media, the War in Vietnam, and Political Support: A Critique of the Thesis of an Oppositional Media, *Journal of Politics*, Vol. 46, No. 1.

HALLIN, Daniel (1986). *The "Uncensored War"*, Berkeley: University of California Press.

HALLIN, Daniel (1994). *We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere*, New York e London: Routledge.

HARDT, Hanno (1979). *Social Theories of the Press*, Beverly Hills, Ca: Sage.

HARDT, Hanno (1990). Newswriters, Technology, and Journalism History, *Critical Studies in Mass Communication*, 7.

HARRIS, J. D. *War Reporter*, New York: Manor Books.

HARTLEY, John (1982). *Understanding News*, London: Methuen.

- HENNINGHAM, J. P. (1984). Comparaison Between Australian and US Broadcast Journalist's Professional Values, *Journal of Broadcasting*, Vol. 28:3.
- HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Norm (1988). *Manufacturing Consent: The political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon Books.
- HERMAN, Edward S.; MCCHESENEY, Robert W. (1997). *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, London e Washington: Cassell.
- HERTSGAARD, M. (1988). *On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency*, New York: Farrar, Strauss & Giroux.
- HUGHES, Everett Cherrington (1958). *Men and Their Work*, Glencoe: The Free Press.
- HUGHES, Everett Cherrington (1959). The Study of Occupations, no livro de Robert K. Marton, Leonard Broom e Leonard S. Cortrell (Eds.). *Sociology Today*. New York: Basic Books.
- HUGHES, Everett C. (1963). Professions, *Daedalus*, Fall, Vol. 93, No. 4.
- HYMES, D. H. (1980). Functions of Speech, in: D. H. Hymes, *Languages in Education*, Washington, D.C.: Center for Applied Linguistics.
- JANOWITZ, Morris (1975). *Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate*, *Journalism Quarterly*, Vol. 52, No. 4.
- JOHNSTONE, John W. C.; SLAWSKI, Edward J.; BOWMAN, William W. (1971-1972). Newsmen's Values, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, Inverno.
- JOHNSTONE, John W. C.; SLAWSKI, Edward J.; BOWMAN, William W. (1976). *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*, Urbana: University of Illinois Press.
- JONES, Robert L.; SWANSON, Charles E. (1954). Small-City Daily Newspapermen: Their Abilities and Interests, *Journalism Quarterly*, Vo. 31.
- KIMBALL, Penn (1963). *Journalism: Art, Craft, or Profession?*, no livro de Kenneth S. Lynn (Ed.). *The Professions in America*. Boston: Beacon Press.
- KOCHER, Renate (1986). Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists, *European Journal of Communication*, Vol. 1, No. 1.
- KORNHAUSER, W. (1963). *The Politics of Mass Society*, Glencoe: The Free Press.
- KRUGLAK, Theodore E. (1955). *The Foreign Correspondents*, Geneve: Droz.
- KRUGLAK, Theodore E. (1957). *The Foreign Correspondents*. Nieman Reports, Janeiro.
- LAMBERT, Donald A (1956). Foreign Correspondents Covering the United States, *Journalism Quarterly*, Vol. 33, No. 3.
- LIPPMANN, Walter (1922). *Public Opinion*, New York: The Free Press.
- LIPPMANN, Walter (1965). The Problems of Truly Free, Mature Press, *The Washington Post*, May 30.
- LULE, Jack (2001). *Daily News, Eternal Stories: The Mythological Role of Journalism*, New York e London: The Guilford Press.
- MAFFESOLI, Michel (1988). *Le temps des tribus: le declin de l'individualisme dans les societes de masse*, Paris: Librairie des Meridiens, Klincksieck & Cie.
- MANN, Jonathan; TARANTOLA, Daniel (Eds.) (1996). *AIDS in the World II*, New York and Oxford: Oxford University Press.
- MANN, Jonathan; TARANTOLA, Daniel; NETTER, Thomas W. (Eds.) (1992). *AIDS in the World*, Cambridge, Ma: and London: Harvard University Press.
- MARLIÈRE, Philippe (1998). The Rules of the Journalistic Field: Pierre Bourdieu's Contribution to the

- Sociology of the Media, *European Journal of Communication*, Vol. 13 (2).
- MARZOLF, Marion T. (1984). American 'New Journalism' Takes Root in Europe At the End of the 19th Century, *Journalism Quarterly*, Vol. 61, No. 3.
- MATHIEN, Michel (1994). L'identité professionnelle des journalistes: regard sur une évolution, no livro de Michel Mattien e Rémy Rieffel (Eds.), *L'identité professionnelle des journalistes*. Actas do Colóquio de Strasbourg, 25 e 25 de novembro de 1994.
- MAXWELL, J. William (1956). U. S. Correspondents Abroad: A Study of Backgrounds, *Journalism Quarterly*, Vol. 33, No. 3
- McCombs, Maxwell E.; Donald L. Shaw (1972) "The Agenda-Setting Function of the Media", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36.
- MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. (1993). The Evolution of the Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas, *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 2.
- MCLEOD, Jack M.; Searle E. Hawley Jr. (1964) "Professionalization Among Newsmen", *Journalism Quarterly*, Vol. 41, No. 3.
- MCLEOD, Jack M.; RUSH, Ramona R. (1969a). Professionalization of Latin American and U. S. Journalists, *Journalism Quarterly*, Vol. 46, No. 3.
- MCLEOD, Jack M.; RUSH, Ramona R. (1969b). Professionalization of Latin American and U. S. Journalists: Part II, *Journalism Quarterly*, Vol. 46, No. 4.
- MCMANE, Aralynn Abare (1989). *An Empirical Analysis of French Journalists in Comparison with Journalists in Britain*, Universidade de Indiana, tese de Doutorado.
- MCMANE, Aralynn Abare (1992). Vers un profil du journalisme 'occidental': analyses empirique et comparative des gens de presse en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et aus États-Unis, *Réseaux*, No. 51.
- MCMANUS, John (1994). *Market-Driven Journalism*. Let the Citizen Beware, Thousand Oaks, Ca.: Sage Publications.
- MCNAIR, Brian (1998). *The Sociology of Journalism*, London: Arnold.
- MENANTEAU-HORTA, Dario (1967). Professionalism of Journalists in Santiago de Chile, *Journalism Quarterly*, Vol. 44, No. 4.
- MERRITT, Davis "Buzz" (1995). *Public Journalism & Public Life*. Why Telling the News Is Not Enough, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- MILLER, David; BEHARRELL, Peter (1995). *AIDS and Access to Television*: How Journalists Use Their Sources, BSA Conference Paper.
- MILLER, David; KITZINGER, Jenny; WILLIAMS, Kevin; BEHARRELL, Peter (1998). *The Circuit Of Mass Communication*, Thousand Oaks, Ca.: Sage.
- MILLER, David; WILLIAMS, Kevin (1993). Negotiating HIV/AIDS Information: Agendas, Media Strategies and the News, in: Glasgow University Media Group. *Getting the Message*: News, Truth, and Power, London and New York: Routledge.
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn (1974). News as Purposive Behavior: On the Strategic use of Routine Events, Accidents, and Scandals, *American Sociological Review*, Vol. 39, No. 1.
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn (1975). *Accidental News*: The Great Oil Spill as Local Occurrence and National Event, *American Journal of Sociology*, Vol. 83, No. 3.
- MOORE, David W. (1997). *AIDS Issue Fades Among Americans*, Princeton: The Gallup Organization. (www.gallup.com/poll/releases/pr971017.asp).

- MURPHY, S. L. (2000). *Deaths: final data for 1998*, National Vital Statistics Reports, Vol. 48, No. 11.
- NAYMAN, Oguz B. (1973). Professional Orientations of Journalists: Na Introduction to Communicator Analysis Studies, *Gazette*, Vol. 19, No. 4.
- NAYMAN, Oguz B.; ATKIN, Charles K.; O'KEEFE, Garrett J. (1973). Journalism as a Profession in a Developing Country: Metropolitan Turkish Newsmen, *Journalism Quarterly*, Vol. 50, No. 1.
- NAYMAN, Oguz B.; MCKEE, Blaine K.; LATTIMORE, Dan L. (1977). Personnel and Print Journalists: A Comparison of Professionalism. *Journalism Quarterly*, Vol. 54, No. 3.
- NIMMO, D.; COMBS, J. E. (1983). *Mediated Political Realities*, New York: Longman.
- NORRIS, Pippa (2000). *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies*, Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- O'BOYLE, Lenore (1968). The Image of the Journalist in France, Germany, and England, 1815-1848, *Comparative Studies in Society and History*, Vol. X, No. 3.
- PALETZ, D. L.; ENTMAN, R. M. (1981). *Media, Power, Politics*, New York: Free Press.
- PATTERSON, Thomas E. (1997). The News Media: An Effective Political Actor? *Political Communication*, Vol. 14.
- PATTERSON, Thomas E.; DONSBACH, Wolfgang (1998). *Media and Democracy Project*, Cambridge, Ma.: Shorenstein Center on the Press, Politics, and Public Policy.
- PAULY, John J. (1988). Rupert Murdoch and the Demonology of Professional Journalism, in: James W. Carey. *Media, Myths and Narratives: Television and the Press*, Newbury Park: Sage Publications.
- PEDELTY, Mark (1995). *War Stories: The Culture of Foreign Correspondents*, New York e London: Routledge.
- PHILIPS, E. Barbara (1976a/1993). What is News? Novelty Without Change?, *Journal of Communication*, Vol. 26, No. 4. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- PHILIPS, E. Barbara (1976b). Approaches to Objectivity: Journalist versus Social Science Perspectives, no livro de Paul B. Hirsch, Peter V. Miller, e F. Gerald Kline (Eds.). *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills, Ca: Sage Publications.
- PINTO, Manuel (1999). O Jornalismo como Campo Social e Como Domínio de Formação, *Comunicação e Sociedade*, 1.
- RANTANEN, Terhi (1997). The globalization of electronic news in the 19th century, *Media, Culture & Society*, Vol. 19.
- REESE, S.; DANIELIAN, L. (1989). Intermedia Influence and the Drug Issue: Converging on Cocaine, in: P. J. Shoemaker (Ed.), *Communication Campaigns About Drugs: Government, Media and the Public*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- RIEFFEL, Rémy (1984). *L'élite des journalistes*, Paris: PUF.
- RIEFFEL, Rémy (1992). Les journalistes français: image et présentation de soi, *Médiascope*, No. 1, Mars.
- RIVERS, William L. (1962). The Correspondents after 25 Years, *Columbia Journalism Review*, No. 1.
- ROCK, P (1973). *Deviant Behaviour*, London: Constable.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1988/1993). O acontecimento, *Revista de comunicação e linguagens*, No. 8. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- ROEH, Itzhak (1989). Journalism and Storytelling, Coverage as Narrative, *American Behavioral Scientist*, Vol. 13.
- ROEH, Itzhak; ASHLEY, Sharon (1986). Criticizing Press Coverage of the War in Lebanon: Toward a

- Paradigm of News as Storytelling, no livro de Margaret L McLaughlin (Ed.). *Communication Yearbook 9*. Beverly Hills, Ca: Sage.
- ROGERS, Everett M.; DEARING, James W.; BREGMAN, Dorine (1993). The Anatomy of Agenda-Setting Research, *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 2.
- ROGERS, Everett M.; DEARING, James W.; CHANG, Soonbum (1991). AIDS in the 1980's: The Agenda-setting Process for a Public Issue, *Journalism Monographs*, No. 126.
- ROSCHO, Bernard (1975). *Newsmaking*, Chicago: University of Chicago Press.
- ROSEN, Jay (1993/2000). Beyond Objectivity, *Nieman Reports*, Inverno. Também publicado no N°. 27 da Revista de comunicação e linguagens.
- ROSEN, Jay (1996). *Getting the Connection Right*, New York: The Twentieth Century Fund Press.
- ROSEN, Jay (1999). *What Are Journalists For?*, New Haven e Londres: Yale University Press.
- ROSENBLUM, Mort (1993). *Who Stole the News?*, New York: John Wiley & Sons.
- ROSTEN (1937a). *The Washington Correspondents*, New York: Harcourt, Brace e Companhia.
- ROSTEN (1937b). The Social Composition of Washington Correspondents, *Journalism Quarterly*, Vol. XIV, No. 2.
- RUELLAN, Denis (1993). *Le professionalism du flou: Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble: PUG.
- RUELLAN, Denis (1997). *Les 'pro' du journalisme: De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- SABATO, Larry J. (1991). *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics*, New York: The Free Press.
- SCHILLER, Dan (1979). An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News reporting, *Journal of Communication*, Vol. 29, No. 4.
- SCHLESINGER, Philip (1977/1993). Newsmen and Their Time machine, *The British Journal of Sociology*, Vol. 28, No. 3. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- SCHLESINGER, Philip (1978). *Putting 'Reality' Together*, London and New York: Methuen.
- SCHLESINGER, Philip (1979). Between Sociology and Journalism, na obra de Harry Christian (ed.). "The Sociology of Journalism and the Press". *Sociological Review Monograph*, No. 29.
- SCHLESINGER, Philip (1990). Rethinking the Sociology of Journalism: Source Strategies and the Limits of Media-Centrism, in: Marjorie Ferguson (Ed.), *Public Communication: The New Imperatives*, London: Sage Publications.
- SCHUDSON, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, New York: Basic Books.
- SCHUDSON, Michael (1982). The Politics of Narrative Form: Emergence of News Conventions in Print and television, *Daedalus*, Vol. 111.
- SCHUDSON, Michael (1983). The Profession of Journalism in the United States, no livro de Nathan Hatch, *The Professions in American History*. South Bend, Indiana: University of Notre Dame Press.
- SCHUDSON, Michael (1986). Deadlines, Datelines and History, in: Robert Karl Manoff and Michael Schudson (Eds.), *Reading the News*, New York: Pantheon Books.
- SCHUDSON, Michael (1988a). Porque as notícias são como são, *Revista de Comunicação e Linguagens*, No. 8.
- SCHUDSON, Michael (1988b). What is a Reporter? The Private Face of Public Journalism, no livro de

- James W. Carey (Ed.). *Media, Myths and Narratives: Television and the Press*. Newbury Park: Sage Publications.
- SCHUDSON, Michael (1989). The Sociology of News Production, *Media, Culture & Society*, Vol. 11, No. 3.
- SCHUDSON, Michael (1994). Question authority: a history of the news interview in American journalism, 1860s-1930s, *Media, Culture & Society*, Vol. 16.
- SCHUDSON, Michael (1995). *The Power of News*, Cambridge, Ma.: Harvard University Press.
- SCHUDSON, Michael (1997). Toward a Troubleshooting Manual for Journalism History, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 74, No. 3.
- SHIELDS, S.; DUNWOODY, S. (1986). The Social World of the Statehouse Pressroom, *Newspaper Research Journal*, Vol. 8, No. 1.
- SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen D. (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, New York and London: Longman.
- SIGAL, Leon V. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*, Lexington, Ma.: D. C. Heath and Company.
- SMITH, Anthony (1978). The Long Road to Objectivity: The Kinds of Truth We get in Journalism, no livro de George Boyce, James Curran e Pauline Wingate (Eds.). *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day*. London: Constable e Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.
- SMYTHE, Ted Curtis (1980). The Reporter, 1880-1900, *Journalism History*, Vol. 7, No. 1.
- SOBREIRA, Rosa Maria (2001). *Os jornalistas portugueses 1933-1974: Uma profissão em construção*, tese de Mestrado. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- SOLOMON, William S. (1994). *A Study in Contrasts: The Ideology and Reality of Newsroom Work in the Late 19th Century*, comunicação apresentado no Congresso da Association for Education in Journalism and Mass Communication, Agosto.
- SOLOSKI, John (1989/1993). News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of News, *Media, Culture & Society*, Vol. 11. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- SOOD, Rahul; STOCKDALE, Geoffrey; ROGERS, Everett M. (1987). How the News Media Operate, in: Natural Disasters, *Journal of Communication*, Vol. 37, No. 3.
- STEPHENS, M. (1980). *Broadcast News*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- STEPHENS, Mitchell (1988). *A History of News*, New York: Penguin Books.
- STEVENSON, Robert L.; COLE, Richard R. (1984). Patterns of Foreign News, in: Robert L. Stevenson and Donald Lewis Shaw (Eds.) *Foreign News and the New World Information Order*, Ames: The Iowa State University Press.
- TAYLOR, Paul (1990). *See How They Run: Electing the President in an Age of Mediocracy*, Nova Iorque: Knopf.
- TRAQUINA, Nelson (Org.). (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*, Lisboa: Veja.
- TRAQUINA, Nelson (Org.).(2000). *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*, Coimbra: Minerva.
- TRAQUINA, Nelson (2001a). As teorias das notícias, no livro de Traquina *et al.* *O estudo do jornalismo português em análises de caso*. Lisboa: Caminho.
- TRAQUINA, Nelson (2001b). O campo jornalístico e o II congresso dos jornalistas, no livro de Nelson Traquina *et al.* *O jornalismo português em análises de caso*. Lisboa: Caminho.
- TRAQUINA, Nelson (2001c). *O estudo do jornalismo no século XX*, São Leopoldo, Brasil: Editora Unisinos.

- TRAQUINA, Nelson; CABRERA, Ana Maria; PONTE, Cristina; SANTOS, Rogério (2001d). *O jornalismo português em análises de caso*, Lisboa: Caminho.
- TRAQUINA, Nelson (2001e). O jornalismo português e a problemática VIH/SIDA: um estudo exploratório, no livro de Traquina *et al. O jornalismo português em análises de caso*. Lisboa: Caminho.
- TROTTA, Liz (1992). Press vs. Army: Front Action in na Old Battle, *Film & History*, 12:1&2.
- TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity, *American Journal of Sociology*, Vol. 77, No. 4, 1972. (Também publicado no livro de Traquina 1993).
- TUCHMAN, Gaye (1974). Making news by doing work: Routinizing the unexpected, *American Journal of Sociology*, Vol. 79.
- TUCHMAN, Gaye (1976). Telling Stories, *Journal of Communication*, Vol. 26, No. 4.
- TUCHMAN, Gaye (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: The Free Press.
- TUNSTALL, Jeremy (1970). *The Westminster Lobby Correspondents*, London: Routledge e Kegan Paul.
- TUNSTALL, Jeremy (1971). *Journalists at Work*, London: Constable.
- TUNSTALL, Jeremy (1996). *From Gentlemen to Journalists*, *British Journalism Review*, Vol. 6, No. 3.
- TUOHY, William (1987). *Dangerous Company: Inside the World's Trouble Spots with a Pulitzer Prize-Winning War Correspondent*, New York: William Morrow.
- UNAIDS (2000). *Report on the Global HIV/AIDS Epidemic*, June.
- UNESCO (1953). *Les agences telegraphiques d'information*, Paris: Unesco.
- UNGARO, J. *Emergence du journaliste*, Médiascope. No. 1.
- VOLLMER, Howard M.; MILLS, Donald L. (1966). *Professionalization*, Inglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- VOYENNE, Bernard (1985). *Les Journalistes Français*, Paris: Éditions CFPJ.
- WEAVER, David H. (Ed.) (1998). *The Global Journalist: News People Around The World*, Cresskill, New Jersey: Hampton Press, Inc.
- WEAVER, David H.; WILHOIT, G. Cleveland (1986). *The American Journalist: A Portrait of U. S. News People and Their Work*, Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- WEAVER, David H.; WILHOIT, G. Cleveland (1996). *The American Journalist in the 1990s: U. S. News People at the End of na Era*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- WILHOIT, Paul (1975/1993). Newspaper News and Television News, in: Douglas Cater and Richard Adler (Eds.), *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism*, New York: Praeger. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- WHITE, David Manning (1950). The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News, *Journalism Quarterly*, Vol. 27, No. 4. Também publicado no livro de Traquina (1993).
- WILENSKY, Howard L. (1964). The Professionalization of Everyone?, *American Journal of Sociology*, Vol. LXX, No. 2, (September)
- WILHELM, Anthony G. (2000). *Democracy in the Digital Age*, New York e London: Routledge.
- WILHELM, John (1963). The Re-appearing Foreign Correspondent: A World Survey, *Journalism Quarterly*, Vol. 40, No. 1.
- WOLF, Mauro (1987). *Teorias da comunicação*, Lisboa: Editora Presença.
- WOLFSFELD, Gadi (1984). *The Symbiosis of Press and Protest: Na Exchange Analysis*, *Journalism Quarterly*,

Vol. 61, No. 3.

WOLFSFELD, Gadi (1991). Media, Protest, and Political Violence: A Transactional Analysis, *Journalism Monographs*, No. 127.

WOODROW, Alain (1996). *Informação Manipulação*, Lisboa: Publicações Dom Quixote.

ZELIZER, Barbie (1993). Journalists as Interpretive Community, *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 10.