

2. Jornalismo e Poder

A partir de uma teia de conceitos “foucaultianos”, a pretensão é mostrar nesse capítulo a articulação entre poder, saber, verdade e discurso, e associar esse recorte à construção do discurso das narrativas jornalísticas. Para isso, foi feito um percurso teórico, a fim de apontar cada um desses conceitos em Foucault, de forma que seja investigada a questão do saber através de uma arqueologia epistemológica. Da mesma forma, mira-se compreender como é percebida a verdade, as práticas discursivas e o exercício do poder que tecem as malhas finas da relação de *poder* e de *saber*, as quais ninguém consegue escapar ao viver em sociedade, constituindo um “assujeitamento”.

Em um próximo passo, os critérios de noticiabilidade entram em cena, para que seja mostrada a passagem do jornalismo de opinião para o jornalismo de informação – no século XIX –, tanto quanto quais os impactos dessa mudança ultrapassam a industrialização, refletindo na educação e profissionalização dos jornalistas, marcadas pelo Positivismo, que trouxeram a função do repórter, fazendo com que a informação jornalística ficasse mais atraente.

As Teorias do Jornalismo com os conceitos de noticiabilidade, agendamento, *newsmaking*, e *gatekeeper*, e suas imbricações na construção da notícia e rotinas de produção jornalística, também vão modelar essa parte do trabalho, a fim de mostrar um panorama que dê conta do que está em jogo entre os jornalistas e as instituições.

2.1. Comunicação e Jornalismo: o que está em jogo na relação entre poder, saber, verdade e discurso?

Poder, saber, verdade e discurso: esses são conceitos tão caros à Filosofia e que vão representar aqui um percurso marcado por obras de Michel Foucault – atentativa é fazer uma análise teórica através de recortes dos livros *Vigiar e Punir* (2011b), *Microfísica do Poder* (2011a), *A História da Sexualidade I* (1980), *A Arqueologia do Saber* (1987), *A Verdade e as Formas Jurídicas* (2002) e *A Ordem do discurso* (2010). Assim, a ideia é focar o momento em que o autor dá pistas que possibilitam um olhar mais apurado sobre a relação desse quarteto conceitual

o que está, portanto, em jogo nessa trama. Mais ainda: é compreender, a partir dessas noções teóricas “foucaultianas”, a construção de práticas discursivas, a produção da verdade e a articulação do saber com a questão do poder.

Para prosseguir, o recorte que pretende-se explorar de Foucault é exatamente o que está em jogo nessa concepção entre poder, saber, verdade e discurso. É mostrar como que esses quatro conceitos se articulam nas obras do autor expostas aqui, numa virada teórica do filósofo.

Inicialmente, Foucault centra o pensamento na constituição dos saberes, investigando a forma como isso se corporifica enquanto ciência, se debruçando sobre a questão do saber médico, do saber psiquiátrico e do saber das próprias ciências humanas. É um processo de escavação arqueológica para desvendar como é que se dá o solo epistemológico que possibilita, portanto, o aparecimento desses saberes. A partir daí, são produzidos determinados tipos de sujeitos com as suas verdades e com os seus discursos correlativos. É uma genealogia do poder que liga o saber às relações de poder, e, principalmente, às suas produções discursivas e produções da verdade.

Foucault investiga cuidadosamente o processo de construção da verdade. Para ilustrar, o autor remonta à *Ilíada*, na qual dois grandes heróis gregos disputam uma corrida de cavalo durante a morte de outro herói grego.

A corrida se desenrola e os dois primeiros que estão na frente no momento da curva são Antíloco e Menelau. Ocorre uma irregularidade e quando Antíloco chega primeiro, Menelau introduz uma contestação e diz ao juiz ou júri que deve dar o prêmio, que Antíloco cometeu uma irregularidade. Contestação, litígio, como estabelecer a verdade? Curiosamente, nesse texto de Homero, não se faz apelo àquele que viu, à famosa testemunha que estava junto ao marco e que deveria atestar o que aconteceu. Não se convoca o seu testemunho e nenhuma pergunta lhe é feita. Há somente contestação entre os adversários Menelau e Antíloco (FOUCAULT, 2002, p.31).

A contestação e o litígio era o modo de estabelecer a verdade. Nesse primeiro registro de pesquisa sobre a verdade no procedimento judiciário grego, não existia, portanto, uma terceira pessoa que funcionasse como testemunha de um determinado fato. Posteriormente, isso vai aparecer com muita força no campo jurídico e também no jornalismo, uma prática que aproximou este último daquilo que é estabelecido como a verdade quando existem duas interpretações dos fatos.

Assim, a partir desse momento é que a verdade surge como testemunho, como reconstrução, proporcionando uma novidade epistemológica no modo de construção da verdade – a verdade como a ideia de um quebra cabeça, que vai se produzindo, por exemplo, em coberturas jornalísticas de um crime.

Para Foucault, ver a constituição da verdade através de práticas discursivas é entender que todo discurso é, antes de tudo, uma prática social. Ela se dá concretamente em sujeitos históricos e instituições sociais constituídas, através do controle social. Não à toa, Foucault analisa não só a prisão, mas todas essas instituições modernas de confinamento.

A “observação” prolonga naturalmente uma justiça invadida por métodos disciplinares e pelos processos de exame. Acaso devemos nos admirar que a prisão celular, com suas cronologias marcadas, seu trabalho obrigatório, suas instâncias de vigilância e de notação, com seus mestres de normalidade, que retomam e multiplicam as funções do juiz, se tenha tornado o instrumento moderno da penalidade? Devemos ainda nos admirar que a prisão se pareça com as fábricas, com as escolas, com os quartéis, com os hospitais, e todos se pareçam com as prisões? (FOUCAULT, 2011b, p.214)

A instituição não é exatamente uma arquitetura; assim como também o panoptismo para Foucault não é apenas um modelo arquitetônico, mas sim uma tecnologia do poder. Da mesma forma, o poder sempre insere o discurso em determinadas leis, em um campo que, normalmente, não se fala tudo o que quer dizer. Para Foucault, o discurso será verdadeiro quando assumir as ideias da classe dominante, quando refletir aspectos históricos com os quais se possa identificar e, dentre outras coisas, quando puder legitimar técnicas e saberes relacionados a uma disciplina. Ainda, existe a relação entre se revelar e se esconder algo com o intuito de estabelecer uma relação de poder na dominação dos sujeitos a partir de um ponto de vista (FOUCAULT, 2002). Destarte, não basta entender o momento do saber na verdade. É preciso buscar como o saber se relaciona com o poder e explorar o estudo dos saberes, das instituições modernas, como a escola, o orfanato, o presídio etc. No entanto, o poder deve ser encarado como produção e não apenas como forma de contenção. O saber é produzido pelo poder empilhando ininterruptamente poder e saber.

Temos antes que admitir que o poder produz saber (e não simplesmente favorecendo-o porque o serve ou aplicando-o porque é útil); que poder e saber estão diretamente implicados; que não há relação de poder sem a constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder. Essas relações de “poder-saber” não devem ser analisadas a partir de um sujeito de conhecimento que seria ou não livre em relação ao sistema de poder; mas é preciso considerar ao contrário que o sujeito que conhece, os objetos a conhecer e as modalidades de conhecimento são outros tantos efeitos dessas implicações fundamentais do poder-saber e de suas transformações históricas (FOUCAULT, 2011b, p.30).

Portanto, um saber útil ou afastado do poder não é produzido pela atividade do conhecimento, mas sim o *poder-saber*, constituído de processos e lutas pervasivas, determina, portanto, as formas e os campos possíveis do conhecimento. De acordo com as noções “foucaultianas”, as relações de poder são imanentes a todos os tipos de relações, não estando em posição de superestrutura, mas possuindo, “lá onde atuam, um papel diretamente produtor” (FOUCAULT, 1980, p.90). E mais:

O poder passa a ser menos propriedade de uma classe e mais uma estratégia: o poder se exerce mais do que se possui, não sendo o privilégio adquirido ou conservado da classe dominante, mas o efeito de conjunto de suas posições estratégicas. Não existindo mais um lugar privilegiado de onde possa ser exercido, o poder torna-se difuso, não localizável, sendo exercido a partir de inúmeros pontos e em meio a relações desiguais e móveis (AGUIAR, 2007b, p.3).

O estudo do saber avança na “História da Sexualidade I” (1980), com a vontade de saber. Em que momento nasce nos homens essa questão da vontade de saber como um dispositivo de controle social? É nesse terreno que está o saber vinculado a uma relação de poder.

Parece-me que se deve compreender o poder, primeiro, como a multiplicidade de correlações de forças imanentes ao domínio onde se exercem e constitutivas de sua organização; o jogo que, através de lutas e afrontamentos incessantes as transforma, reforça, inverte; os apoios que tais correlações de força encontram umas nas outras, formando cadeias ou sistemas ou ao contrário, as defasagens e contradições que as isolam entre si; enfim, as estratégias em que se originam e cujo esboço geral ou cristalização institucional toma corpo nos aparelhos estatais, na formulação da lei, nas hegemônias sociais (FOUCAULT, 1980, p. 88).

Conforme já visto, as análises “foucaultianas” estão calcadas nas práticas culturais em que o poder e o saber se encontram. E apesar do autor não se dedicar especificamente a análise da mídia, o jornalismo ganha destaque no livro “Microfísica do Poder” como “a invenção fundamental do século XIX” (FOUCAULT, 2011a, p.224). Dessa forma, evidencia a relevância da

substancialidade dos veículos de comunicação orquestrados por interesses econômicos e políticos que seguem determinados meios de poder.

Mais especificamente, o discurso jornalístico – além de produzir e ser produzido por relações de poder-saber e pela vontade de verdade – é formado por um conjunto de enunciados que se apoia em um mesmo sistema de formação [...]. O discurso jornalístico se constrói por um conjunto de regras anônimas e históricas que definiram as condições de exercício de sua função enunciativa (AGUIAR, 2007b, p.5).

O conjunto de enunciados e regras formado por relações de poder-saber e vontade de verdade pode ser denominado como valores-notícia que estão vinculados aos critérios de noticiabilidade, conforme será visto mais adiante ainda nesse capítulo. Por enquanto, para compreender melhor essa relação de forças, é preciso interpretar o discurso como um local de exercício do poder. Seguindo a regra de *polivalência tática*, é exatamente no discurso que o poder e o saber vão se articular.

E, por essa mesma razão, deve-se conceber o discurso como uma série de segmentos descontínuos, cuja função tática não é uniforme nem estável [...] É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta. O discurso veicula e produz poder; reforça-o mas também o mina, expõe, debilita e permite barrá-lo (FOUCAULT, 1980, p.95).

Pode-se afirmar que esta é uma sociedade do discurso. No entanto, é importante observar as condições de funcionamento do discurso: é preciso que haja um sujeito qualificado para impor regras para tal, tanto quanto é necessário perceber que todo discurso está vinculado a uma determinada prática (são os discursos religiosos, terapêuticos, judiciários etc.). “Vivemos em uma sociedade que em grande parte marcha ‘ao compasso da verdade’ – ou seja, que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal e que detêm, por este motivo, poderes específicos” (FOUCAULT, 2011a, p. 231). Os discursos, portanto, representam “blocos táticos no campo das correlações de força: os efeitos recíprocos de poder e saber proporcionam sua produtividade tática. Já a sua integração estratégica dos discursos implica na produção de efeitos de verdade.” (AGUIAR, 2014, p.285). Assim, a vontade de verdade não só constrói como também é construída pelos discursos, além da vontade de saber e da vontade de poder.

Na perspectiva foucaultiana, entretanto, o que se deve observar é como os efeitos de verdade são produzidos dentro dos discursos – assim, inclusive o discurso jornalístico - que, em si mesmos, não são falsos nem verdadeiros [...] compreender as questões teóricas do jornalismo é, portanto, analisar o “regime da verdade” que impera nas práticas discursivas constituintes do campo jornalístico (*idem*).

De acordo com essas proposições, a “verdade” pode ser interpretada com um conjunto de procedimentos regulados para a produção, distribuição e eficácia dos discursos, ou, como postula Foucault, “A verdade está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem” (FOUCAULT, 2011b, p.14).

Cada vez mais Foucault se interessa em investigar essas malhas finas do poder, dessa relação de poder e de saber que ninguém consegue escapar ao viver em sociedade. O sujeito contemporâneo, então, é um resultado dessa ligação, que constitui esse “assujeitamento”. Se alguém a destrói, outras relações de poder e de saber são construídas, pois o poder sempre está em mutação. Todas as relações sociais são atravessadas pelas forças do saber e do poder porque assim é a própria constituição de todo sujeito – determinada pelas relações de poder e de saber.

Mas afinal, como escapar das tramas do poder? Para Foucault, há apenas duas opções: a resistência (é o máximo que se consegue fazer, resistir a essas relações de poder e de saber); ou, ao contrário, ceder aos recursos para um bom adestramento.

Poder disciplinar: é um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior “adestrar”; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor. Em vez de dobrar uniformemente e por massa tudo que lhe está submetido, separa, analisa, diferencia, leva seus processos de decomposição até as singularidades necessárias e suficientes. O sucesso do poder disciplinar se deve sem dúvida ao uso de instrumentos simples: o olhar hierárquico, a sanção normalizadora e sua combinação num procedimento que lhe é específico, o exame (*idem*, 2002, p.164).

Admitir, portanto que o jornalismo é um campo atravessado por essas relações e mecanismos do poder é compreender que, diariamente, nas atividades jornalísticas, os profissionais são colocados à prova ou exame. É um jogo de forças, tal como apontaram até agora as noções “foucaultianas” na relação entre poder, saber, verdade e discurso. E mais ainda: é reconhecer a produção do saber na construção da realidade, pois “na verdade o poder produz; ele produz realidade;

produz campos de objetos rituais da verdade [e, dessa forma], o indivíduo e o conhecimento que dele se pode ter se originam nessa produção” (*idem*, 2011b, p.172).

Antes de dar prosseguimento, é necessário, então, interpretar os discursos jornalísticos como dispositivos que produzem representações sociais da realidade. Conforme destaca Traquina (2012), as notícias são construções discursivas –é o que será visto a seguir com noções de critérios de noticiabilidade e agendamento.

2.2. Critérios de noticiabilidade

Historicamente, o jornalismo que se conhece hoje tem como origem o paradigma do jornal de informação que, no século XIX, acelerou a industrialização, refletindo na educação e profissionalização dos jornalistas, superando o jornal de opinião e os modos de vida da sociedade. Assim, os jornais foram transformados em produtos fabricados por empresas onde jornalistas atuavam de forma profissional. Concomitantemente, surgiu a necessidade da criação de regras éticas que colocassem a imprensa em um lugar privilegiado para as discussões democráticas e, dessa forma, os conteúdos textuais deram lugar à criação de um novo jornalismo no século XIX – *a pennypress* trouxe um novo conceito jornalístico: o jornalismo de informação.

La Presse abandonou os tradicionais artigos políticos longos e substituiu-os pelas notícias de rua, moda e furos jornalísticos. A grande novidade, no entanto,foia introdução dos folhetins, uma inovação recebida com tremendo entusiasmo pelo novo público leitor, que ansiava por diversão e não estava muito interessado em política. A agitação política foi subordinada às notícias, à publicidade e ao entretenimento, com o objetivo de conseguir a maior venda possível do jornal (TRAQUINA, 2012, p. 66).

O surgimento desse novo discurso jornalístico se deu em um contexto marcado pelo Positivismo, que possibilitou a função profissional do jornalista como repórter, dotado de técnica objetiva e imbuído de neutralidade ao relatar os fatos. As narrativas ganharam contornos que aprimoraram o valor de uso e as técnicas ficaram mais atraentes e objetivas – cada vez mais o interesse dos leitores aumentava.

Superada a fase do publicismo que marcou a imprensa de opinião, a notícia - com seu formato de *lead* e pirâmide invertida, reportando aos temas do cotidiano- surge como a melhor estratégia comunicacional para que a imprensa de informação concretize suas finalidades comerciais, expandindo seu público-leitor e aumentando o número de anunciantes (AGUIAR, 2008, p.7).

Dentro desse contexto, a noticiabilidade de um acontecimento vai depender justamente de um campo de força dos jogos de poder-saber, conforme já visto no item anterior. E nessa arena jornalística, posicionam-se, de um lado, as empresas de comunicação; de outro, a comunidade interpretativa (TRAQUINA, 2008) dos jornalistas. O palco dessa relação de comunicação é um fluxo contínuo de critérios que apresentam relevâncias tão flexíveis quanto variáveis. Não há, portanto, um processo fixo que estabeleça um esquema ordenado de noticiabilidade, existe sim um caráter de negociação nessa fatura da informação, exercida pelos profissionais que agregam diferentes níveis de importância aos acontecimentos.

Assim, o que interessa destacar nesse momento é a compreensão do modo como a verdade é relatada ou preenche esses critérios de noticiabilidade. Ademais, é entender que, na produção, existem percursos de interpretação ao longo do acontecimento que vão levando a notícia a ser produzida.

Os *media* definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos. (HALL *et. al*, 1993, p.228)

Sobre a noção de critérios de noticiabilidade, Bourdieu colabora e afirma que os profissionais enxergam alguns aspectos da realidade e outros não para construir uma narrativa discursiva, “os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p.25).

Ao desenvolverem um discurso, os jornalistas se concentram no que é desvio: a notícia é considerada, então, a contramão do óbvio. Dessa forma, é necessário compreender que o conteúdo utilizado na divulgação de um produto jornalístico está baseado nos valores-notícia e obedecem a alguns critérios. Nesse

aspecto, os *newsvalues* (TUCHMAN, 1983) que marcam fortemente o jornalismo como construção da realidade são também esse lugar de contar histórias que vão preencher esse campo da questão central nesse jogo de forças do poder, saber, verdade na constituição do discurso no jornalismo. É preciso perceber quais são os acontecimentos relevantes que merecem, portanto, formatação como notícias a serem consumidas, já que “discutir, portanto os critérios de ‘importância da notícia’ e ‘notícia interessante’ parece ser uma questão essencial, além de fundamental para a própria prática jornalística na era do webjornalismo” (AGUIAR, 2014, p.287).

Na esteira desse pensamento, Leonel Aguiar destaca que a *importância*, um dos critérios substantivos da notícia, é determinada por variáveis como “notoriedade”, que basicamente seria o grau de relevância e hierarquia dos indivíduos envolvidos em um acontecimento; “proximidade”, tem a ver com interesse nacional, posição geográfica, econômica, política ou cultural; “relevância”, relativo ao número de pessoas envolvidas no fato noticiado; e “significatividade”, que visa saber o quanto um determinado assunto pode render ou prolongar o tema abordado em futuras pautas.

Ainda segunda a referência acima, se os fatos apontados como importantes são selecionadas obrigatoriamente, o quesito *interesse* – outro critério substantivo – provoca uma avaliação mais aberta às opiniões subjetivas. Dessa forma, possui um viés fragmentário da cobertura informativa e também se classifica em categorias: “relativas ao produto”, diz respeito à acessibilidade técnica para os jornalistas sobre as formas habituais de trabalho; “de brevidade”, limitação da notícia aos seus elementos mais óbvios para poder comportar uma seleção dos acontecimentos diários; “de relevância” (tal qual sobre o critério de importância), se refere à notícia como consequência da história dos sistemas informativos; “de atualidade”, é o tempo de intervalo entre os acontecimentos; “tabu da repetição”, justifica o porquê das notícias semelhantes não serem noticiadas no mesmo dia; “composição equilibrada”, a distribuição da formação global do noticiário. Ainda, são levados em consideração os critérios relativos ao próprio veículo de comunicação como: “frequência”, é o tempo para adequação do acontecimento enquanto forma; “público”, reconhecimento do público e intervenção nas rotinas

produtivas e “concorrência”, competição dos meios de comunicação também refletem nos valores-notícia².

Ora, depois desse inventário que aproxima os valores-notícia da função enunciativa do discurso jornalístico, parece oportuno destacar não só a posição das empresas de comunicação que veiculam as notícias e nem só dos jornalistas que a constroem, mas do público, que também deve ser alvo quando as noções dos critérios de valor-notícia vêm à tona. Nesta perspectiva, Aguiar salienta a necessidade de distinguir notícias importantes (que visam ao interesse público) e notícias interessantes (que atraem o interesse público). No entanto, alguns pesquisadores como Bird e Dardene (1993) descartam essa classificação: com diferentes denominações, os estudiosos afirmam que, de um modo geral, as notícias ensinam ao público, mesmo que tenham como objetivo informar ou entreter. Entretanto, com o avanço tecnológico, os meios de comunicação criaram novas formas de ação e interação. Com o desenvolvimento de outros sistemas e, conseqüentemente, novos tipos de relacionamentos sociais no jornalismo, emergiram subjetividades que não podem e não devem ser descartadas. Surge, portanto, uma complexa reorganização de padrões, um novo arranjo social.

Parece que a contraposição de Bird e Dardene, apresentada originalmente em um livro publicado em 1988, não dá mais conta das recentes transformações estruturais que atravessam o jornalismo, especialmente em função das tecnologias digitais na comunicação e do processo de indistinção contemporânea entre informação e entretenimento, com o surgimento do infotainment (AGUIAR, 2014, p.287).

O termo de “infotainment” surgiu em 1980, nos E.U.A. O neologismo foi criado a partir da interseção de informação e entretenimento que revela a atual tendência da imprensa de veicular informações e “designa, principalmente na televisão, tanto a mistura dos dois domínios no mesmo programa como a tendência a veicular, nos programas, informações atraentes a qualquer preço.” (NEVEU, 2006, p. 19). Nessa mesma linha de análise, Aguiar aponta:

Enquanto lugar de produção de conhecimentos singulares sobre a dinâmica imediata da realidade social, o jornalismo precisa superar o atual quadro de ter se tornado, preponderantemente, um mosaico de infotainment – isto é, com notícias interessantes sempre em destaque e abundância. Ao alertar para o predomínio das

² Apontamentos de aula do professor Leonel Aguiar efetuados no decorrer do curso da disciplina “Seminários Avançados” do mestrado em Comunicação, PPGCOM da PUC-Rio, segundo semestre de 2012.

notícias de interesse do público, pesquisadores concluem que o jornalismo necessita reafirmar o seu lugar de fala enquanto um campo de mediação discursiva dos diversos interesses e múltiplos conflitos que disputam o acesso à esfera pública nas sociedades democráticas, conforme o contrato de leitura firmado com a sociedade e o princípio político da cultura profissional, expressa nos códigos de ética da categoria dos jornalistas (AGUIAR, 2014, p.290).

Interpretada como uma estratégia mercadológica, essa tendência de narrativas jornalísticas que capturam pela lógica da sensação vem aumentando sobremaneira a cobertura de notícias sobre comportamento, interesse humano, programas de televisão etc., e “a cobertura das notícias mais sérias, que exige maior investigação e maior profundidade, foi trocada por notícias de entretenimento, que têm maior efeito sobre a audiência e custam bem menos à empresa” (MARSHALL, 2003, p.27). No capítulo IV, serão vistas análises de conteúdo de telejornais nacionais e um trabalho etnográfico com profissionais da mídia que vão permitir uma leitura mais profunda sobre o modo de fazer jornalismo contemporâneo, admitindo a construção de produtos telejornalísticos sensacionais, que alimentam a programação com um custo bem menor.

2.3. Agendamento da notícia

Ainda sobre a relação dos critérios de noticiabilidade e a construção de discurso jornalístico como dispositivos que produzem a representação social da realidade, é válido destacar a influência dos veículos de comunicação em pautar os temas mais presentes e relevantes a discussão social. É através da teoria do agendamento que os meios de comunicação de massa, pelo seu alcance e sua profundidade, são legitimados como os organizadores da agenda e, desse modo, um determinado assunto ganha espaço privilegiado de discussão. A hipótese do agendamento refere-se à capacidade que a mídia tem de determinar a agenda pública por meio do que destaca como prioridade. A *agenda-setting* influencia a projeção dos acontecimentos na opinião pública, o que destaca o seu papel na configuração da realidade social. Nesse contexto, é possível compreender a *agenda-setting* como essa habilidade de induzir e salientar os tópicos da agenda pública na produção de notícia e, portanto, na construção discursiva, estabelecendo essa relação proeminente na qual uma questão se torna o foco principal da atenção pública. Essa ação pode ser o estágio inicial na formação da opinião pública. Enquanto muitas questões disputam por atenção pública, apenas

algumas conseguem cumprir seus objetivos e obter destaque. Os veículos de produção de notícias exercem grande influência sobre as percepções acerca das principais questões do dia.

[...] em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW *apud* WOLF, 2001, p.144).

A devoção dos indivíduos aliada à concordância de que as notícias revelam a realidade em que vivem formata esse papel de reprodutor de um discurso, encharcado de credibilidade, no qual se deve confiar. Dentro desse contexto, os jornalistas possuem uma visão privilegiada para apontar resultados sobre os critérios de noticiabilidade.

Os jornalistas explicam o seu conhecimento dos interesses do público fazendo referências às noções correlativas de profissionalismo, empenho e experiência. Trata-se de um argumento circular: dada a sua capacidade de discriminação, derivada de sua imersão no universo das notícias, o jornalista encontra-se na melhor posição para discernir o que é interessante para o público (AGUIAR, 2007a, p.9).

Para mostrar a importância da influência da *agenda-setting* como critério de noticiabilidade na produção do discurso jornalístico, vale lembrar a obra clássica de 1922, “Public Opinion”, que recebeu o título de “The World Outside and the Pictures in our heads”, e resume a ideia do *agenda-setting* que Walter Lippmann propôs. Sua tese é a de que os veículos de produção de notícias, as janelas para a vastidão do mundo além da vivência, determinam mapas cognitivos acerca do mundo. A opinião pública, argumenta Lippmann, responde não somente ao ambiente, mas ao “pseudo-ambiente”, o mundo construído pelos veículos de produção de notícias (LIPPMANN, 2008).

Nessa mesma perspectiva, quando uma notícia tem certo “valor midiático”, mas ainda assim não encontra espaço na mídia, são criados determinados eventos, muitas vezes construídos por quem tem algum interesse de tornar “obrigatória” a veiculação de determinado assunto. Schudson (2010) destaca o termo “pseudo-evento”, criado pelo historiador Daniel Boorstin, para definir aqueles

acontecimentos que são planejados com a intenção direta de serem relatados ou produzidos. Assim, “um acidente de trem é um evento real, mas uma entrevista é um ‘pseudo-evento’” (SCHUDSON, 2010, p.199). Isso, portanto, diz respeito à invenção de eventos fabricados para serem veiculados, construídos, na maioria das vezes, por quem tem algum interesse de tornar “obrigatória” a veiculação de determinado assunto. Estrela Serrano afirma que um exemplo de “pseudo-acontecimento” (ou pseudo-evento) é a fuga de informação:

A ‘fuga’ começou como uma prática ocasional de uma fonte oficial transmitir informação confidencial a alguns jornalistas. Hoje, tornou-se uma maneira institucional de transmitir informação. A sua ambiguidade e o ambiente de confiança e intriga em que se processa criam um clima de confiança entre jornalistas e fontes (BOORSTIN *apud* SERRANO, 2003, p.3).

Com a intenção de investigar o impacto da cobertura sobre a tendência da opinião pública, McCombs e Shaw (1972) lançaram um estudo inaugural que apoiaria a noção de Lippmann de que a informação fornecida pelos veículos de produção de notícias atua diretamente na construção de imagens acerca da realidade. A proposta central é a de que os meios de comunicação de massa configuram a agenda de questões para uma campanha política ao influenciarem as propostas proeminentes para os eleitores. Tais questões enfatizadas nas notícias são consideradas como relevantes para o público. McCombs e Shaw (*idem*) chamaram essa hipótese de influência do *agenda-setting*.

Para buscar pistas e testar essa hipótese, de que a agenda da mídia pode configurar a agenda pública, McCombs e Shaw conduziram uma pesquisa entre uma amostra aleatória de eleitores indecisos em Chapel Hill, Carolina do Norte. Eles tinham o dever de nomearem as questões que achavam ser essenciais naquele momento, sem considerar o que os candidatos estavam falando. As questões foram ordenadas de acordo com a quantidade de votos recebida por cada uma.

Paralelamente a essa pesquisa, coletamos e analisamos o conteúdo dos nove maiores veículos de produção de notícias usados por esses eleitores – cinco jornais locais e nacionais, duas redes de televisão e duas revistas de notícias. A ordenação das questões presentes na agenda da mídia foi determinada pelo número de notícias dedicadas a cada questão. O maior grau de correspondências entre essas duas agendas de questões políticas e sociais estabeleceu a ligação central entre o que se

tornou a cadeia de evidência substancial para o papel do *agenda-setting* da imprensa (BRYANT, J; OLIVER, M. B, 2009.p.3)³.

A revelação foi a de que os indivíduos minimizam a sua exposição a informações com as quais não concordam e maximizam a sua exposição para aquelas informações com as quais concordam. A maior parte da evidência de Chapel Hill favoreceu o efeito do *agenda-setting*.

Outros pesquisadores também exploraram o efeito do *agenda-setting* na mídia de entretenimento ao usarem dados de dois experimentos de laboratório e do *National Election Study Pilot* de 1995 para mostrar que, ao assistir programas com temas voltados para a criminalidade, aumenta a preocupação sobre crimes, e que essas angústias afetam as opiniões dos telespectadores.

Assim, é fácil perceber o quanto que a hipótese de agendamento é alvo de pesquisas e busca por comprovações. Mais adiante, no capítulo IV, vai ser apresentado um quadro de análises de três telejornais nacionais, onde foi feita a investigação e verificação de imagens amadoras e de videovigilância, onde a tragicidade e assuntos voltados para crimes são agendados, portanto, comparecem em demasia nos noticiários de TV.

2.4. Construção da notícia e a teoria do *newsmaking*

Através da teoria do *newsmaking* é possível considerar os discursos jornalísticos como dispositivos de construção social da realidade. Segundo Traquina (2012), as notícias são construções discursivas, constituídas por narrativas que reúnem condições e possibilitam a ocorrência da realidade. Trata-se de um conjunto de exigências não só de quem estrutura a notícias, mas também da ambiência das instituições que as produzem e veiculam. É dessa maneira que o acontecimento adquire forma pública e é efetivado como discurso, elevado ao grau de notícia. Desse modo, compreender a realidade como socialmente construída significa que existir na vida cotidiana é estar continuamente em interação e comunicação com os outros, sejam indivíduos, instituições, culturas ou forças sociais (BERGER, LUCKMANN, 2003).

³ Tradução livre.

Assim, *newsmaking* pode ser entendido como um conjunto de regras e padrões obedecidos por jornalistas durante a produção das notícias. O objetivo é marcar o posicionamento dos veículos de comunicação em relação à apuração de fatos e à tomada de decisão, onde se escolhe o que será noticiado ou descartado. Mas, afinal, como a notícia é construída e a sociedade representada pelos noticiários diante da diversidade dos acontecimentos? E mais, qual a sua relação com quem os constrói? As respostas estão basicamente na cultura profissional dos jornalistas e no processo organizacional das rotinas que influenciam as produções das notícias, conforme é visto a seguir.

Quanto mais consequências negativas possuir um acontecimento, maior é a probabilidade de se transformar em notícia. Os fatos noticiáveis, portanto, são aqueles que prioritariamente constituem uma infração, um desvio, uma ruptura. O acontecimento, que se constrói em notícia, é aquele que consegue alterar a rotina cotidiana. Dessa forma, o discurso jornalístico torna-se esperado, a partir de posições delimitadas no espaço midiático entre o acontecimento e a notícia.

Nessa mesma linha de pensamento sobre a representação da vida no cotidiano, também é possível recorrer às análises propostas por Goffman (2002) sobre plateia e bastidores. Tudo ocorre em uma grande arena midiática onde um jogode enunciados protagonizado pelo jornalismo é estabelecido. É concebido um acordo tácito entre o que será apresentado por aqueles que estão atrás dos holofotes e a plateia que recebe essa encenação. Tudo o que é representado, incluindo o ambiente em que a ação é gerada, faz parte de uma expectativa, uma confiança, uma garantia de que o “espetáculo” não mostra nenhuma surpresa. Como em uma zona de conforto, em que as condições e os elementos dispostos são esperados, gerando uma posição de segurança, os papéis são desempenhados a fim de estabelecer uma condição, seja pela posição ocupada, seja pelo que se pretende alcançar junto à audiência para a legitimidade da encenação.

Pelo mesmo percurso teórico, Miquel Alsina (2009) corrobora ao afirmar que não se deve vincular o conceito de “construção social da realidade” única e exclusivamente à prática jornalística. Para ele, essa formação está na própria vida cotidiana e se consolida através de um processo de institucionalização das práticas

e dos papéis de quem as constroem. É algo, paralelamente, social e intersubjetivamente construído.

Isso faz caracterizarmos a atividade jornalística como um papel socialmente legitimado para gerar construções da realidade publicamente relevantes. Portanto, podemos dizer que os jornalistas têm um papel social legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante. Essas competências são realizadas no interior de aparatos de produção específicos: a mídia (ALSINA, 2009, p.46).

Dessa forma, de acordo com o *newsmaking*, não é mais possível entender a informação jornalística como simples reflexo do real, como um “espelho” que reflete fielmente o que aparece: um espelho da realidade. O jornalismo funciona como um dispositivo de construção social dessa realidade; um novo paradigma com teor construcionista. A teoria *do newsmaking* é baseada no conceito de noticiabilidade e reduz a interpretações de certos enfoques, como a noção de manipulação da notícia por parte do jornalista, pois essa intenção seria superada pelas imposições da própria rotina de produção jornalística. A Teoria do Espelho produz a ética profissional dominante, porque a credibilidade e a legitimidade do jornalismo estão assentadas na crença social de que as notícias refletem a realidade. Assim, na perspectiva das notícias como construção, a Teoria do Espelho é visivelmente rejeitada.

Os jornalistas são, portanto, imparciais, pois respeitam as normas profissionais que asseguram o trabalho de recolher a informação e relatar os fatos: são mediadores que “reproduzem”, na notícia, o acontecimento. Apesar de sabermos que as notícias são um produto centrado no referente – ou seja, a “realidade” é um fator determinante –, esta discussão é insuficiente, pois está vinculada à própria legitimação do campo jornalístico (AGUIAR, 2006, p. 8).

Dessa forma, interpretar as notícias apenas como relatos verdadeiros dos fatos é negar o avanço de novos paradigmas sobre os estudos de jornalismo. Assim, utilizar a parcialidade do jornalismo, baseado em conceitos de manipulação ideológica e distorção da verdade, não dá mais conta da compreensão de construção jornalística; não se sustenta.

O enfoque da manipulação das notícias não só favorece uma perspectiva moral ou psicológica da imparcialidade como também dificulta a compreensão do discurso jornalístico enquanto um processo historicamente situado. Desse modo, o que nos interessa é entender que as notícias são construções discursivas que produzem as condições de possibilidade através das quais a realidade se torna visível e dizível (AGUIAR, 2007, p. 2).

Ao analisar a técnica da notícia, Lage (2001) permite compreender a constituição do jornalismo informativo, demonstrando como as empresas jornalísticas emergentes criaram uma linguagem específica para os novos padrões industriais e as necessidades da sociedade de massas. Para a construção eficaz de uma notícia é necessário selecionar dados e ainda ordená-los. Segundo o autor, a função está ligada a considerações que obedecem a critérios de importância do acontecimento ou ao interesse do veículo de comunicação.

A técnica de produção industrial de notícias estabeleceu com este fim critérios de avaliação formal, considerando constatações empíricas, pressupostos ideológicos e fragmentos de conhecimento científico. As transformações da sociedade são detectadas como tendências, para cuja satisfação se produzem bens simbólicos de novo aspecto; os estudos de mercado informam com frequência sobre a penetração da ideologia no público e viabilizam penetração ainda maior (LAGE, 2001, p. 92).

O *lead* (ou lide), por exemplo, pode ser interpretado como uma forma de narrativa que está socializada no modo em que todos vivem e possui uma visão extremamente democrática, aparelhada pelos meios de comunicação de massa. A ideia de lide é ir direto ao assunto, portanto, “a objetividade, em jornalismo, é a meta que se traduz numa série de técnicas de apuração, redação e edição na busca de enunciados intimamente adequados à realidade em sua tradução para diferentes públicos e veículos” (LAGE, 2001, p. 48).

Em uma perspectiva interacionista, as instituições jornalísticas, diante da inconstância e abundância dos acontecimentos cotidianos, precisam ordenar no tempo e no espaço práticas produtivas que unifiquem o discurso.

Os jornalistas vivem sob a tirania do fator tempo. O seu desafio cotidiano é ter de elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal). Todos os dias ou todas as semanas, é impensável a hipótese do apresentador do telejornal, por exemplo, dizer “hoje não há notícias” ou “temos um programa mais curto porque não havia notícias suficientes”. O trabalho jornalístico é uma atividade prática e cotidiana, orientada para cumprir horas de fechamento (TRAQUINA, 2012, p.183).

Ocorre, então, que o conceito de noticiabilidade está intimamente ligado às rotinas e ao desenvolvimento das práticas produtivas. Este processo da construção de notícias, formatadas como uma rotina industrial é equivalente a aplicar práticas produtivas ordenadas em um conteúdo a ser lapidado e que se apresenta em um fluxo frenético e extremamente variado.

O conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar, cotidianamente, a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias. Portanto, a noticiabilidade constitui um elemento da “distorção involuntária” contida na cobertura jornalística dos meios de comunicação de massa (AGUIAR, 2006, p. 11).

No mesmo pensamento da teoria do *newsmaking*, observa-se o desempenho do *gatekeeper*, que funciona como uma “cancela”, por onde um fluxo de notícias precisa ir além e conseguir passar pelos “gates”, ou seja, portões que têm o poder de determinar qual acontecimento será veiculado, de acordo com o valor-notícia que se julgar mais atraente e adequado, conforme a linha editorial do veículo. Se a decisão for positiva, a notícia ultrapassa o “portão”; caso contrário, o avanço é impedido e, se uma notícia não é veiculada, ela “morre”. Dessa forma, a Teoria do *gatekeeper* explica, portanto, como é feito o processo de produção da informação. Comumente, essa função é exercida por profissionais que ocupam algum tipo de chefia e detêm um poder maior na aplicação aos critérios de noticiabilidade previstos nas empresas de comunicação. O *gatekeeper* é quem organiza a estrutura das notícias no veículo em que trabalha, classificando-as em níveis de importância, descartando as menos interessantes.

As notícias devem ainda ser compreendidas sob a ótica das forças sociais que influenciam o resultado da sua produção, apontando a burocratização dos sistemas organizacionais como fator predominante sobre o trabalho jornalístico. Dessa maneira, “os estudos passam a ter como foco o modo como os fatos são selecionados, analisando o contexto no qual o selecionador se encontra: a empresa jornalística” (AGUIAR, 2006, p.9).

O *gatekeeper* acabou sendo designado como Teoria da Ação Pessoal: as notícias são explicadas como um produto da vontade pessoal do jornalista e de suas ações profissionais “como um conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (TRAQUINA, 2012, p. 152). Na mesma perspectiva, a Teoria Organizacional vai dar conta de analisar os constrangimentos organizacionais da atividade jornalística, conforme as normas que a instituição impõe. Mas, se o trabalho jornalístico depende de recursos utilizados na organização, como já visto, e o Jornalismo já é um negócio estruturado enquanto

empresa, o fator financeiro é inevitável e também influencia a construção da produção da notícia.

Na televisão, a publicidade impõe sobretudo a lógica das audiências, seguindo a lógica de ‘mais audiências, mais receitas publicitárias’. Assim sendo, o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para o maior número de público (*idem*, 2012, p. 160).

Ora, claramente vê-se aqui o problema do jornalismo pontuado pelo sensacionalismo. No capítulo IV, essa questão também virá à tona com as análises de três telejornais nacionais com produtos telejornalísticos, onde imagens amadoras e de videovigilância comparecem exaustivamente na construção da narrativa televisiva.

Ainda em relação aos constrangimentos organizacionais sobre a atividade jornalística, cabe ressaltar que a interferência determinante nas opções do profissional que está socializado com a política editorial do veículo, considerando como a principal fonte de orientação os próprios colegas de trabalho, formando um conjunto de pessoas que resulta em sólidos processos de interação social. Isso também é levado em conta durante o processo de construção da notícia. Mais ainda, o jornalista se conforma com as normas de trabalho colocando em segundo plano suas expectativas e crenças pessoais.

A aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades (BREED *apud* TRAQUINA, 2001, p. 72).

Desse modo, as notícias são o resultado de processos de interação social dentro da empresa jornalística, segundo a teoria organizacional. O profissional tem ciência que o seu trabalho passa por uma cadeia organizacional na qual os superiores hierárquicos têm poderes e meios de manutenção de uma produção subjetiva.

Uma visão sociológica levou Warren Breed(1993, P.157-161) a desenvolver uma pesquisa sobre fatores que consistem na produção do conteúdo jornalístico como resultado das injunções e constrangimentos por que passam os jornalistas de acordo com a política editorial nas empresas de comunicação, merecendo,

portanto, atenção. Seis pontos foram destacados como motivos para que os jornalistas atuem dessa forma. O primeiro deles é “a autoridade institucional e as sanções”, ou seja, o profissional deve se inclinar para superiores diretos que, em última instância, influenciam e decidem de que forma um acontecimento vai se transformar em notícia. A seguir, vêm os “sentimentos de obrigações e de estima para com os superiores” e junto “as aspirações de mobilidade” – os jornalistas almejam um lugar superior e pretendem alcançar posições estratégicas. A “ausência de grupos de lealdade em conflito” revela que, para os jornalistas, o local de trabalho é relativamente pacífico e as organizações sindicais não interferem em assuntos internos, como a orientação política do jornal. Em quinto lugar está “o prazer da atividade” que eleva o jornalista a uma posição de status. Por fim, Breed destaca que “a notícia torna-se um valor”, ou seja, elas representam um desafio incessante, que faz o jornalista ter cada vez mais notícias e não contestar a política editorial da empresa.

Portanto, os jornalistas experimentam as rotinas como expectativas do próprio trabalho jornalístico como se fossem rotinas de produção; algo que está embutido no trabalho jornalístico. As notícias interacionistas, então, são as fontes de informação que vão disputar não apenas o acesso à esfera pública, mas vão buscar, antes de tudo, a definição de um acontecimento (determinar em primeira instância sobre o que se trata aquele acontecimento). Destarte, o processo de construção da notícia passa para a venda de uma determinada pauta ou um assunto específico e, nesse momento, significa dizer que o jornalista tenta definir, portanto, o *corpus* do acontecimento e dar uma direção, fazendo o enquadramento daquela notícia.

Dada a revisão teórica empreendida aqui, a pesquisa segue buscando enfocar o desenvolvimento das novas tecnologias e como isso influencia os modos do fazer jornalismo contemporâneo, sobretudo no telejornalismo. Tais e quais, as relações de poder, saber, verdade e discurso criam novas subjetividades e disputam outras formas de apresentação dos arranjos sociais. Ainda, conforme as Teorias do Jornalismo apontaram, é preciso buscar a relação comportamental dos profissionais da área televisiva e compreender os critérios de noticiabilidade, tanto quanto os desafios da cibercultura na era da participação e colaboração no

telejornalismo. Afinal, como os jornalistas estão se comportando diante das novas imposições cotidianas, agora considerando a tecnologia como mais um componente da rotina jornalística?