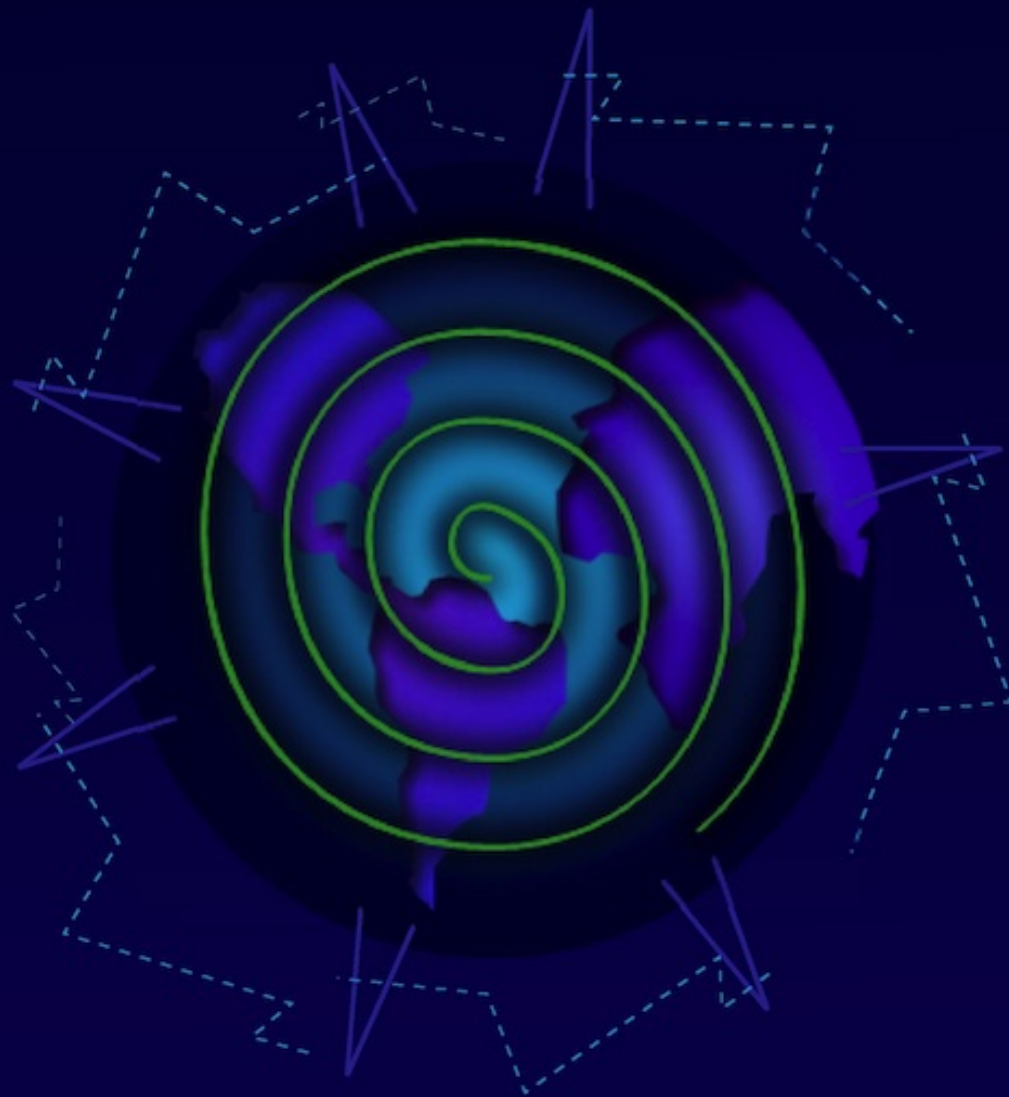


João Carlos Correia

O Admirável Mundo das Notícias

Teorias e Métodos



LabCom Books 2011



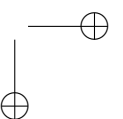
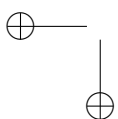


João Carlos Correia

O admirável Mundo das Notícias

Teorias e Métodos

LabCom Books 2011

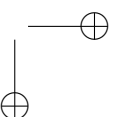
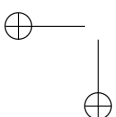




Livros LabCom
www.livroslabcom.ubi.pt
Série: Estudos em Comunicação
Direcção: António Fidalgo
Design da Capa: Madalena Sena
Paginação: Filomena Matos
Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom 2011

ISBN: 978-989-654-068-5

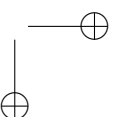
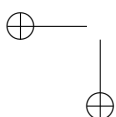
Título: O admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos
Autor: João Carlos Correia
Ano: 2011

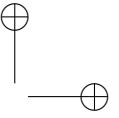
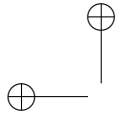




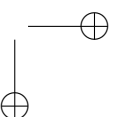
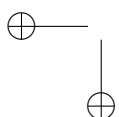
Índice

Introdução	1
1 Conceitos fundamentais	13
1.1 As funções do jornalismo nas sociedades contemporâneas . . .	13
1.2 A importância dos estudos jornalísticos	15
1.2.1 Algumas etapas dos estudos jornalísticos	16
1.2.2 Tendências dos estudos jornalísticos	27
1.3 Delimitação do objecto da disciplina: a notícia em sentido amplo	28
1.4 Características do enunciado jornalístico	30
1.5 Objectivos da Teoria da Notícia	39
2 O discurso das notícias	43
2.1 Linguagem e jornalismo	43
2.2 A notícia como discurso	44
2.3 Os estudos de enquadramento	49
2.4 A função mitológica das notícias	55
2.5 A notícia como “narrativa”	57
2.6 Jornalismo: entre saber cognitivo e saber narrativo	63
2.7 Análise de conteúdo	64
2.8 As notícias: abordagem semiológica. Do signo ao discurso . .	69
2.9 As linguagens do Webjornalismo: um novo corpo de análise com novos desafios teóricos e metodológicos	71
3 A produção social das notícias	79
3.1 As variáveis condicionantes da acção noticiosa	79





3.2	Factores relacionados com a acção pessoal: do <i>gatekeeper</i> à cognição	81
3.3	O factor organizacional	84
3.4	O <i>newsmaking</i> e as rotinas jornalísticas	87
3.4.1	As tipificações	90
3.4.2	Riscos das rotinas e tipificações	92
3.5	As relações com as fontes	93
3.5.1	Profissionalização das fontes	99
3.6	Factores de natureza económica	100
3.7	Factores políticos	104
3.8	Factores de natureza cultural	109
3.9	As teorias das notícias: uma síntese	110
3.9.1	A produção social de notícias <i>online</i> : notas para uma pesquisa futura	116
4	O Profissionalismo Jornalístico	133
4.1	A problemática do profissionalismo jornalístico	133
4.2	O estudo do jornalismo e a sociologia das profissões	134
4.3	O jornalismo como comunidade interpretativa, campo ou sistema	136
4.4	Os valores jornalísticos e a norma da objectividade	139
4.4.1	A Controvérsia da objectividade	143
4.5	Os saberes comuns	147
4.6	Os critérios de noticiabilidade	149
4.6.1	Valores-notícia (2): tipologia de Ericson, Baranek, e Chan, Mauro Wolf e Nelson Traquina	151
4.7	Novos problemas	154
5	Os Efeitos das notícias	161
5.1	A importância da Teoria dos Efeitos	161
5.2	Abordagens clássicas	163
5.2.1	Teoria Crítica e cultura de massa	164
5.2.2	Os estudos culturais	167
5.3	A presença das teorias funcionalistas na <i>mass communication research</i>	172
5.3.1	O Funcionalismo e os <i>media</i>	172

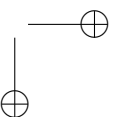
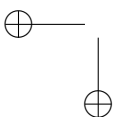




5.4	A eficácia dos efeitos	173
5.4.1	Os efeitos totais	173
5.4.2	Os efeitos limitados: Lazarsfeld e a emergência do paradigma dominante	175
5.4.3	Os efeitos verificados: activação, reforço e conversão .	177
5.4.4	Os usos e gratificações	180
5.4.5	Crítica do paradigma dominante e emergência de no- vas tendências da pesquisa	182
5.4.6	A evolução da Pesquisa	184

Bibliografia

205







Introdução

A disciplina de Teoria da Notícia no contexto dos cursos de Ciências da Comunicação

Hoje, o jornalismo encontra-se em crise no sentido abrangente do termo: a crise pode ser entendida como défice de legitimidade de um determinado campo de especialização, mas também pode ser olhada como tempo de mudança e de reconfiguração de muitos dos seus padrões estilísticos, discursivos e organizacionais.

Este Manual não pode ser imune a este contexto, até porque ele se torna um elemento que estrutura muita da reflexão actualmente produzida. A Teoria da Notícia não pode alhear-se do ambiente em que os estudos sobre jornalismo evoluem tal a dimensão e natureza das interrogações que se avolumam à sua volta.

A reflexão sobre o jornalismo conheceu nos finais de anos 70 e nos princípios dos anos 80, em Portugal, um primeiro passo no sentido da sua expansão e desenvolvimento. Este resultou da especial atenção que nesse período foi conferida por parte das Universidades ao fenómeno da comunicação.

Neste contexto, sob a natural influência de vários contributos epistemológicos, originou-se um «laboratório conceptual» em que era nítida a necessidade de tactear percursos, processo este em que a democratização do ensino superior, o apelo teórico que o fenómeno comunicacional despertava e o aparecimento de novas universidades claramente facilitavam. Isto é, as condições institucionais e científicas convergiram no sentido da formação de um modelo novo, embora fortemente devedor de continentes epistemológicos pré-existent.



Numa fase posterior, começam a emergir hoje algumas tendências que apontam para a estabilização de objectos de pesquisa na qual confluem, sem rupturas dramáticas, muitas das reflexões teóricas ensaiadas no período anterior. Este fenómeno de crescimento e implantação de estudos direccionados para o jornalismo fez-se sentir no aparecimento de imprensa universitária e especializada, na formação de grupos de trabalho nas sociedades científicas nacionais e internacionais, na realização de congressos e de reuniões, no número de teses de Doutoramento e dissertações de Mestrado, no aparecimento de projectos de investigação nesta área e, finalmente, no aparecimento de Cursos de 2º Ciclo especificamente dirigidos para o jornalismo. Decorrem destes contributos um surto editorial e uma ambição de pesquisa bastante evidente ao nível da produção científica, em áreas como a história do jornalismo, a representação de identidades, o profissionalismo jornalístico, o jornalismo como discurso, o jornalismo *online* ou webjornalismo¹ e a análise das interfaces entre jornalismo e política (McNair, 2006). Mais recentemente, acompanhando um conjunto de alterações no sistema comunicativo que adiante analisaremos, surgiram uma série de novas reflexões respeitantes justamente às mutações conhecidas no campo jornalístico. Destacam-se aqui as reflexões sobre o Jornalismo Cívico e sobre o chamado Jornalismo do Cidadão, as quais, em vertentes díspares, se interrogaram sobre a função e a missão dos jornalistas propondo mudanças substanciais em relação à sua apreciação (Anderson, Dardenne e Killenberg, 1994; Charity, 1995; Rosen 1996; Black, 1997; Eksterowicz e Roberts, 2000; Friedland, 2003, Gillmor, 2004; Hass, 2007). A estes novos percursos de investigação somaram-se numerosas análises sobre o impacto das tecnologias na produção noticiosa. Estas análises debruçam-se, por sua vez, sobre as alterações textuais e discursivas, as mudanças organizacionais e a transformação das formas de relacionamento com as audiências ocorridas sob o impacto das novas tecnologias (Hall, 2000; Diáz Noci, 2001; Ward, 2002; Bruns, 2003; Diáz Noci e Salaverria, 2003; Boczkowski, 2005; Filak e Quinn, 2005; McAdams, 2005; Salaverria, 2005; Allan, 2006; Kolodzy, 2006; Friend e Singer, 2007; Canavilhas, 2008; Briggs, 2009). Decorreram daqui um conjunto de pesquisas que se repercutem no estudo do

¹ Ambos os termos parecem ter aceitação na literatura, embora pareça que o termo webjornalismo deva ser usado preferencialmente para um jornalismo que adoptou um discurso específico para a sua adaptação e integração no universo digital, não se limitando à transposição e colocação de material pré-existente.

jornalismo. Tratam-se de alterações de natureza científica e académica que marcam os estudos jornalísticos. A estas alterações teóricas há a adicionar alterações sociais, alterações no sistema político e alterações de diversa ordem no sistema comunicativo.

Ao lado das alterações verificadas na reflexão desenvolvida no campo académico, há, com efeito, que recensear, ainda, um conjunto de alterações sociais que, directa ou indirectamente, se repercutem nas condições de funcionamento do campo jornalístico. Veja-se, a propósito, a mudança das fronteiras tradicionais que delimitam o público do privado (com consequências decisivas para a aparição de novos critérios de «noticiabilidade» ou «valores-notícia») e o aumento do pluralismo e da fragmentação que se continua a verificar e até a aprofundar nas sociedades complexas as quais confrontam o jornalismo com a diversificação dos seus públicos e audiências.

Simultaneamente, também as interfaces entre a vida cívica e o campo jornalístico nunca conheceram um escrutínio tão intenso. Hoje, constantemente se invoca a legitimidade de decisões em nome do apoio da opinião pública e do consentimento dos governados. Essa legitimidade passa pelo desempenho de um conjunto de funções atribuídas à imprensa constantemente citadas, nomeadamente o controlo e a vigia sobre o ambiente sociopolítico, de modo a divulgar desenvolvimentos que se repercutam, positiva ou negativamente, sobre o bem-estar dos cidadãos (Blumer e Gurevitch, 1995, pp. 97-98). O papel de *watchdog* baseado num ponto de vista que funda a relação entre políticos e jornalistas num conflito de interesses e de legitimidades é constantemente realçado (Blumer e Gurevitch, 1995, p. 27). Ao mesmo tempo, verifica-se uma cultura envolvente em que o incumprimento desse papel de vigilância por parte da imprensa é denunciado.

Simultaneamente, os discursos políticos necessitam de serem reproduzidos pelos *media* para obterem visibilidade, o que conduz a uma adequação crescente às necessidades organizacionais às estratégias discursivas e narrativas dos *mass media*. Assim, a “cientifização” da política implica o recurso a toda uma série de agentes de comunicação com um especial conhecimento das lógicas do campo jornalístico que insistentemente procuram utilizar em seu favor: é o caso dos *spin-doctors* (Serrano, 2010, pp. 92-93). Este fenómeno insere-se num movimento mais geral de profissionalização das fontes, que veio tornar mais complexos os processos sociais de recolha e selecção



(*newsgathering e gakeeping*) das notícias e, por conseguinte, os processos de construção da própria realidade social (Pinto, 2000, p. 282).

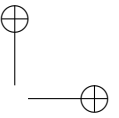
Neste ambiente de mutações aceleradas, uma palavra deve ser dada às profundas modificações que se dão no sistema comunicativo como um todo, as quais produzem inevitáveis repercussões no jornalismo:

- A) Constata-se uma mutação acelerada e de contornos difíceis de prever das condições empresariais em que se desenvolve o mercado dos *mass media*. Nos nossos dias, esta tendência inclui globalmente a constituição de grupos multimédia, nos quais as empresas procedem a investimentos simultâneos na televisão, rádio, imprensa, internet, telemóveis e meios digitais em geral. A concentração da propriedade dos *media* pode induzir ameaças significativas ao pluralismo jornalístico e impor-se como um constrangimento à diversidade e como uma compulsão para a uniformização e redução de conteúdos, além de gerar fenómenos de auto-censura que produzem uma maior sujeição às directrizes exclusivamente empresariais em detrimento de opções editoriais (Sousa, 2004, p. 2).

As novas alterações estruturais da indústria mediática conduziram ao aumento do custo de produção, devido à necessidade de reconversão tecnológica, de grandes investimentos na área do *marketing*, promoção e publicidade, da segmentação da oferta e da instauração de uma concorrência feroz (Correia, 1997, p. 70). Verificam-se, na área da informação, necessidades crescentes de integração multimédia em outros sectores das indústrias culturais para potenciar as possibilidades de promoção recíproca e induzir retornos rápidos do investimento. Estas alterações traduziram-se numa orientação dirigida para a luta pelas audiências com o aumento das *soft news*, na redução significativa de custos e na concentração de um número maior de tarefas num número menor de trabalhadores. A questão que se levanta na integração em grandes cadeias e conglomerados tem a ver com o efeito que a necessidade de retorno de investimento tem sobre o jornalismo praticado.

- B) Adicionalmente, observa-se a migração de uma parte significativa de diversas formas de comunicação pública para os novos meios digitais, ao mesmo tempo que se concretiza o aparecimento, algumas vezes expe-





rimental, outras vezes já consolidado, de novas formas de jornalismo. Assiste-se, assim, à consolidação do webjornalismo e à aparição, por influência das novas tecnologias, de actividades designadas por «parajornalísticas» de que são exemplos os blogues, o jornalismo hiper-local ou o jornalismo do cidadão ou participativo (Schudson, 2003). O recente protagonismo do *site* da organização Wikileaks (<http://wikileaks.org/>) mostra como os *media* tradicionais não têm, de modo algum, o monopólio da circulação da informação no espaço público. Também a adesão de meios clássicos ao jornalismo hiper-local está-se transformar numa interpelante forma de reflectir sobre a natureza e evolução do jornalismo, no que respeita a questões tão importantes como a missão, funções, estatuto dos profissionais e formato e distribuição dos enunciados.

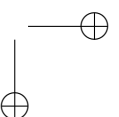
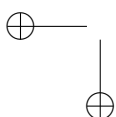
Consolida-se a segmentação de alguns *media* clássicos com a democratização do cabo e do satélite, a fragmentação do mercado com o *pay per view television* e a alteração radical que se adivinha das plataformas tradicionais de distribuição dos conteúdos.

Simultaneamente, assiste-se à previsível modificação ou transformação de alguns formatos estabelecidos. Neste momento, fala-se bastante de convergência e aprofundam-se as possibilidades de as narrativas jornalísticas atravessarem cada vez mais um conjunto de *media* diversificados com a televisão, a imprensa, a rádio, a internet e os telemóveis a interagirem entre si.

Consequentemente, assiste-se à multiplicação de novas plataformas e de formatos que influem decisivamente nas condições de exercício da profissão jornalística, tocando, inclusive, elementos tidos por adquiridos da sua identidade profissional, ideológica e discursiva. Para os próximos anos, há a previsão de uma convergência cada vez maior dos serviços de *media* e telecomunicações e essas mudanças, além de permitirem novas formas de participação cívica e democrática, também acarretam desafios de regulação como sejam os que resultam da difusão de conteúdos nocivos e ilegais ou do acentuar da desigualdade no acesso à informação.

C) Quando se fala de uma crise de legitimidade do jornalista tradicional

Livros LabCom



há a assinalar, também, a multiplicação mecanismos de intervenção que pugnam pelo cumprimento dessas funções: observatórios, *ombudsman* e outras organizações de vocação cívica. A *accountability* e a responsabilidade social dos *media* são conceitos que impulsionam um movimento de criticismo mediático (*media criticism*) e a multiplicação de experiências de *media watching* que dinamizam em simultâneo funções de alfabetização mediática e de aperfeiçoamento da actividade jornalística. Há vários sistemas que contribuem para concretização desses objectivos:

- 1 Assim, podemos ter sistemas que partem de *iniciativas internas* às instituições de comunicação: conselhos de ética, conselhos de redacção, espaços destinados à correcção de erros e códigos de ética entre outros.
- 2 Outras iniciativas partem de instituições externas às instituições de comunicação: a existência de *media* alternativos, pesquisas de opinião, observatórios de imprensa e organizações não governamentais direccionadas para a qualidade dos *media*, campanhas de literacia e alfabetização mediática, *websites* de discussão dos *media*, movimentos de cidadãos e agência de reguladoras independente. No caso português, a regulação é assegurada, em larga medida pela Entidade Reguladora de Comunicação (ERC) que pretende assegurar nas instituições o respeito pelos direitos e deveres constitucionalmente consagrados como a liberdade de imprensa, o direito à informação, a independência face aos poderes político e económico e o confronto das diversas correntes de opinião.
- 3 Verifica-se, ainda, a existência de *formas cooperativas*: carta ao editor, associações de leitores e espectadores, espaços de opinião e comentário *online*, provedor, consultas aos leitores, painéis de utilizadores, projecto de pesquisa das universidades que envolvem jornalistas, leitores e académicos, entre outros².

D) Ao mesmo tempo, dentro sistema comunicativo, sente-se o fluir de múltiplas correntes que contribuem para um crescente défice de legitimidade do jornalismo clássico.

²cf. Paulino, 2007, 97



Por um lado, essas correntes decorrem de uma relativização do papel do jornalista face à influência da tecnologia. A digitalização do sector solicita aos estudiosos do jornalismo e aos jornalistas um especial cuidado: uma certa perspectiva «tecnocêntrica» tem servido para justificar a subordinação da formação jornalística às transformações tecnológicas. Esta perspectiva traduz-se num centramento cada vez mais insistente na aquisição de competências performativas em detrimento de competências reflexivas. Esta ênfase nas competências performativas segue, muitas vezes, um percurso unilateral e redutor que, no caso do jornalismo, se pode reflectir num conceito de formação que se reduz à aprendizagem do uso de ferramentas para produzir conteúdos.

Este fenómeno de crise de legitimidade dos jornalistas está patente nas propostas que procuram atribuir à produção noticiosa o carácter de um direito generalizável a toda a cidadania. Um dos problemas que urge ter em conta é a possibilidade de estas transformações gerarem movimentos de «desprofissionalização» do exercício do jornalismo. O conceito de «desprofissionalização» inclui um conjunto de factores: a evolução tecnológica que torna mais acessível e difundido o exercício das competências profissionais já não apenas aos iniciados mas também aos leigos; a revalorização progressiva dos saberes empíricos, susceptíveis de serem aprendidos por pessoas sem formação académica; a crítica crescente, por parte dos consumidores ao elitismo e à impunidade de muitos profissionais e as reivindicações progressivas dos públicos no sentido de uma maior participação nas decisões dos próprios profissionais (Fidalgo, 2008, p. 53).

Neste sentido, uma das propostas de reforma do jornalismo que recentemente tem adquirido adeptos – o Jornalismo do Cidadão, por exemplo ou, de uma forma geral, os movimentos de jornalismo colaborativo que apreendem o «espírito wicky» – pode ser a expressão prática e intelectual de tendências que reforçam esta desprofissionalização ao insistir numa espécie de dicotomia entre os jornalistas e o público como se esta fosse um confronto entre os cidadãos sensibilizados para a comunicação livre e sem restrições e os jornalistas enquanto adversários ou obstáculos a essa liberdade (Moretzsohn, 2007, p. 264). Sem dúvida que o Jornalismo do Cidadão ou participativo pode suscitar muitas dúvidas legítimas no que respeita às suas motivações e à qualidade, verificabilidade e fiabilidade do seu produto, mas é um interpelante poderoso sobre o futuro do jornalismo e dos jornalistas.

Em conclusão, a disciplina de Teoria da Notícia deve tornar-se, também





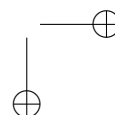
ela, um diagnóstico dos processos de mudança. Sem esquecer os conceitos básicos, ela deve contribuir para uma pesquisa de nível científico sobre as transformações referidas. Neste sentido, pugna-se pela conciliação entre a transmissão dos saberes estabelecidos e a abertura aos problemas novos.

O percurso de investigação pessoal

Esta pesquisa insere-se num conjunto mais vasto de preocupações do autor. No Mestrado, realizado em 1997 e publicado em livro com o título “Jornalismo e Espaço Público”, a reflexão então produzida passou pela descrição do modo como a imprensa opinativa presente no espaço público burguês deu lugar ao jornalismo industrial da sociedade de massa, com o conseqüente aparecimento de características radicalmente diferentes: géneros jornalísticos novos (nomeadamente, a notícia em sentido canónico), direccionamento destes géneros para novos públicos (os públicos menos letrados das grandes cidades no lugar das elites iluminadas constituídas pelos publicistas e seus partidários), aparecimento de novas técnicas de redacção (nomeadamente, a emergência da pirâmide invertida e de uma forma particular de escrita conhecida pelo «estilo jornalístico»), a comercialização das mensagens como mercadorias, a introdução de novos temas em que a doutrinação político-partidária deu lugar à despolitização dos conteúdos e ao aparecimento das notícias de rosto humano centradas no crime, na vida social, nas actividades lúdicas e de lazer e, finalmente, a introdução de novos conceitos estruturantes de uma cultura profissional emergente como seja o conceito central de “objectividade jornalística”. Foi observada a importância da imprensa regional e a possibilidade de esta contribuir para uma discussão colectiva dos assuntos públicos que contribuisse para a eventual estruturação do espaço público regional.

Na tese de Doutoramento apresentada em 2001 na Universidade da Beira Interior, intitulada “Comunicação e Cidadania” referiu-se então:

É no interior do próprio processo de produção noticiosa, incluindo as respectivas rotinas, normas orientadoras e práticas discursivas que advém uma certa forma de abordar a realidade social. O jornalismo, desta forma, ao pretender dizer como o mundo é, contribui para conformar o mundo social que diz limitar-se a relatar.



[O discurso jornalístico] surge-nos como uma prática institucional relacionada com uma certa configuração de sentido, pelo que constitui atitude ingénua analisar as notícias como espelho da realidade e não enquanto configurações narrativas, dotadas de uma intriga que confere inteligibilidade e unidade a acontecimentos desligados entre si de acordo com a visão que prevalece na narração do quotidiano. (Correia, 2004-b, p. 35)

Ao longo deste trabalho, fixaram-se algumas das preocupações que viriam a ser desenvolvidas em trabalhos posteriores. Referimo-nos, nomeadamente, ao papel do jornalismo na construção social da realidade, a capacidade de agendamento dos meios jornalísticos e o conceito de relevância, a especificidade do discurso jornalístico e a sua relação com as formas de conhecimento próprias do senso comum e da atitude natural, a dimensão narrativa do jornalismo, a análise crítica do conceito de objectividade jornalística, a orientação do discurso para acontecimentos facilmente personalizáveis, a problemática dos efeitos e da recepção das mensagens jornalísticas (Correia, 2004-b, pp. 184 – 189; 193-195; 206-207; 207-218). Quer o Mestrado e o Doutoramento quer os livros que deles decorreram eram testemunhos de duas preocupações que se acentuaram: a) a natureza das transformações efectuadas no discurso jornalístico, nomeadamente a importância conferida às tipificações e da importância que as mesmas tinham para a noção de enquadramento (*frame*); b) as suas consequências na representação dos fenómenos políticos e o consequente impacto deste discurso na vida cívica.

Após a realização do Doutoramento, iniciou-se um percurso que passou pelo aprofundamento das questões associadas ao discurso jornalístico. A primeira fase passou por uma longa investigação em torno da Fenomenologia da Sociedade em que se procurou aprofundar a influência que essa teoria tinha na reflexão sobre a notícia: essa influência começava nos trabalhos de Alfred Schutz (1967, 1975, 1976 1975-b, 1995), tinha conquistado uma visibilidade notável nas Ciências Sociais e Humanas com Peter Berger e Thomas Luckmann (1973), conheceu um significativo impacto na Sociologia da Comunicação com Erving Goffman (1986) e, finalmente, produziu o seu impacto mais relevante na Teoria da Notícia através de David Attheyde (1976, 1985), de Gaye Tuchman (1978) e de Eric Saperas (1993), mantendo uma influência indirecta nos trabalhos de Jane Singer (2001, 1998) e de David Do-



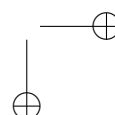
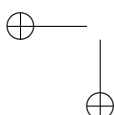
mingo (2006). Este percurso passou pela publicação em 2000 de um texto na Revista Comunicação e Linguagens intitulado «O Poder do Jornalismo e a mediatização do espaço público». O texto abordava nomeadamente, o papel desempenhado pelas construções pré-teóricas do senso comum e pelas tipificações, termos cunhados pelo fenomenólogo Alfred Schutz, na construção social da realidade pelos jornalistas.

No ano de 2002, num texto publicado na obra *Comunicação e Poder*, editada pela UBI nesse ano, analisou-se a importância dos conceitos de relevância e tipificação ao nível da análise dos efeitos dos *media*. Em “Para uma teoria da comunicação: “Schutz, Luhmann e a «construção social da realidade»” (2004, p. 30), publicado na obra colectiva *Teorias da Comunicação*, a tentativa de aplicar a Fenomenologia da Sociedade ao campo da Teoria da Notícia foi objecto de um tratamento mais explícito:

Um dos registos em que é possível descrever as relações entre o saber e o poder (...) é aquele que enfatiza o jornalismo como construção social da realidade. Descortina-se na linguagem jornalística a conformidade com o senso comum, com o saber partilhado por todos, tido por adquirido e socialmente aceite, fazendo-se um paralelo entre as atitudes imanentes à discursividade praticada pela profissão jornalística e a «atitude natural».

Em 2005 e 2006, os desenvolvimentos efectuados neste campo de investigação deram origem a vários textos apresentados no Brasil, através de um trabalho aplicado ao Jornalismo Televisivo levado a efeito no âmbito do Grupo de Trabalho de Telejornalismo em conjunto com Professores da Universidade Federal de Pernambuco, posteriormente publicados em livro (Correia, 2006; Correia e Vizeu, 2008). Neste sentido, a convergência do jornalismo com o senso comum e a importância conferida ao conceito de tipificação originou alguns estudos de caso em torno de representações telejornalísticas de identidades.

Em 2007-2008, sentiu-se a necessidade de procurar um estudo mais sistemático do discurso jornalístico. Este estudo teve lugar no decurso da investigação levada a efeito nos Departamentos de Periodismo y de Comunicación Audiovisual e de Traducción y Filología da Universidade Pompeu Fabra, procurando-se explorar alguns contributos da Análise do Discurso ao campo





da notícia. Daí resultou o livro “Teoria e Crítica do Discurso Jornalístico: sobre Jornalismo e Representação Social”, que foi publicado em 2008. Este texto aplica a análise crítica do discurso ao discurso jornalístico, seguindo o modelo de estudos apresentado por Teun Van Dijk. Neste trabalho procura-se desenvolver uma articulação com os estudos de *frame*, neste caso aplicados também ao discurso jornalístico, seguindo as intuições da autora americana Gaye Tuchman, mais uma vez com inspiração sociofenomenológica.

Aliás, este percurso esteve, finalmente, na origem da lição de Agregação na Universidade da Beira Interior a qual incidiu precisamente sobre o tema “O Jornalismo e a Construção do Real: elementos para uma abordagem sócio-fenomenológica da Teoria da Notícia”. Nessa lição (2009- b), a preocupação fundamental apresentada foi a seguinte:

Tendo em conta que o jornalismo lida com o imprevisto como critério de noticiabilidade (*newsworthiness*) pelo que o acontecimento é, por definição, tanto mais digno de relato quanto mais elevada é a sua imprevisibilidade, como é que os jornalistas instauram ordem e significado num universo em constante mudança, em que a circunstância da emergência do que é novo, contingente e aleatório, é uma possibilidade omnipresente? A pergunta remete, em última instância, para um problema determinante da Teoria da Notícia: como é que o jornalismo constrói a realidade social?

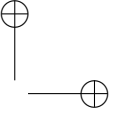
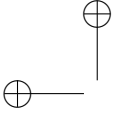
A resposta à pergunta procurava, em larga medida, ser dada, mais uma vez, através do aprofundamento do conceito de enquadramento e de tipificação.

Presentemente, as preocupações que se desenvolvem dizem respeito à articulação entre as questões da representação jornalística e a chamada deliberação pública. Será que o modo de dizer e de proceder próprio do jornalismo é compatível com o aprofundamento dos processos de deliberação democrática e com a representação da diversidade de vozes existentes? Esta questão serve de linha orientadora algumas investigações recentes sobre o jornalismo, efectuadas, nomeadamente, no âmbito da coordenação de projectos de Investigação.

Livros LabCom







Capítulo 1

Conceitos fundamentais

1.1 As funções do jornalismo nas sociedades contemporâneas

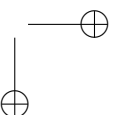
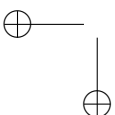
Qual é o papel do jornalismo na sociedade contemporânea? Na análise da modernidade, atribui-se uma importância crescente ao desenvolvimento dos *media*, designadamente quanto à sua função noticiosa ou informativa.

De um modo relativamente genérico podemos dizer que o jornalismo desempenha uma tarefa fundamental no estabelecimento da agenda, formando a opinião pública, impulsionando a formação de conhecimentos, reduzindo a complexidade social através da criação de temas comuns de conversação (Fontecuberta, 1993, pp. 35-36).

Todavia, a missão do jornalismo varia em função de diferentes teorias. Podemos aplicar ao jornalismo uma tipologia semelhante à desenvolvida por Denis McQuail (2003, pp. 7-9) quanto às teorias da Comunicação de Massa.

Segundo este autor podemos considerar a existência de quatro tipos de teoria:

1. Teorias científico-sociais – Estas seriam uma afirmação geral sobre a natureza, trabalhos e efeitos do jornalismo, baseadas nas observações sistemáticas e objectivas dos jornais e de outros factores relevantes. O exemplo acima referido da caracterização da função do jornalismo empreendida por Fontecuberta corresponde a este tipo de teoria. Todavia, a





diversidade das teorias científicas sociais autoriza a dizer que encontraríamos uma pluralidade de funções atribuídas ao jornalismo em função das várias teorias disponíveis. Por exemplo, na perspectiva do marxismo clássico, os jornais são propriedade da classe burguesa, agem no interesse desta classe, promovem uma falsa consciência da classe trabalhadora e dificultam a produção de informação alternativa aquela que é fornecida pelos grupos sociais (classes) dominantes. Já numa perspectiva funcionalista, que dá ênfase ao equilíbrio e à coesão sociais, as funções dos jornais estão relacionadas com a) a busca da integração e cooperação; b) a manutenção da ordem, controlo e estabilidade; c) adaptação à mudança; d) mobilização em torno de objectivos sociais comuns; e) gestão da tensão e f) continuidade da cultura e valores (McQuail, 2003, p. 81; p. 83)

2. Teorias normativas – Este segundo tipo de teoria preocupar-se-ia em determinar ou prescrever como é que os jornais devem actuar para que certos valores sociais sejam respeitados ou atingidos (McQuail, 2003, p. 8). Um exemplo típico de teoria normativa consiste naquela que é formulado por alguns estudiosos e seguidores do jornalismo público segundo a qual a primeira tarefa do jornalismo é estimular o diálogo colectivo sobre assuntos que sejam objecto de uma preocupação comum no que diz respeito a um público democrático (Pauly, 1994, p. xx).
3. Um terceiro tipo de conhecimento diria respeito às teorias operacionais que refere sobretudo às ideias práticas reunidas e aplicadas pelos profissionais no desempenho do seu trabalho. Tais ideias ajudam a seleccionar notícias, a relacionar-se com as fontes e a agradar às audiências. McQuail considera que este conhecimento merece o nome de teoria, porque é padronizado e influente no que respeita ao comportamento.
4. Por fim, admite-se a existência de uma teoria do senso comum, baseada na experiência quotidiana com o jornalismo. Permite-nos compreender como é que, por exemplo, um meio interage com o nosso dia-a-dia.

Não se pretende discutir o conceito de teoria aqui reproduzido, nem discutir as dificuldades que esta tipologia apresenta. Para uma teoria social crítica, a diferença entre a teoria científica e a teoria normativa não é evidente,





já que uma teoria científica social de natureza crítica pode incluir elementos normativos. Todavia, considerando-se estar a trabalhar com uma espécie de tipologia ideal, dir-se-á que o que se encontra mais frequentemente na Teoria da Notícia serão os dois primeiros tipos de teoria apresentados por McQuail: teoria científica social e teoria normativa. Em volta de numerosos temas, verificaremos que a função ou funções do jornalismo variam consoante as teorias apresentadas.

1.2 A importância dos estudos jornalísticos

O estudo do jornalismo tornou-se uma empresa comum a académicos de todo o mundo, graças à percepção de que as notícias (no sentido lato de enunciados jornalísticos) ajudam a configurar o modo como nos vemos a nós próprios, aos outros e ao mundo:

A história da pesquisa em comunicação é tão antiga quanto a curiosidade humana sobre as relações sociais e a compreensão de que a linguagem e a comunidade são definidas pela linguagem. É possível identificar os interesses ocidentais na comunicação e na mídia, em especial, com a propagação da imprensa, com a instituição do jornal e com a ascensão do nacionalismo. Desse modo, o pensamento europeu sobre a comunicação social e a imprensa inicia-se já no século XVII, nos debates sobre a liberdade de expressão e a imprensa. (Hanno Ardt, 2006, p. 17)¹

É em larga medida graças ao trabalho noticioso que podemos falar em realidades partilhadas e na existência de comunidades imaginárias, tornadas possíveis através de significados partilhados. Através da prática diária e de consumo e discussão das práticas jornalísticas construímo-nos como sujeitos inseridos em contextos nacionais, locais e, cada vez mais, globais. No que respeita à vida cívica, o jornalismo torna possível a conversação entre os cidadãos e entre estes e os seus representantes, com vista à realização de alguns dos ideais democráticos modernos (Park, 2009; Anderson, 1983; Carey, 1989; Zelizer, 2004, p. 2; Wahl-Jorgensen e Hanitzsch 2009, p. 3).

¹Foi mantido a distinção entre a grafia do português do Brasil e de Portugal.



No contexto das actuais democracias, os jornalistas intervêm decididamente na configuração do agir político, propondo e impondo uma agenda de questões, sobre as quais decorrem não poucos dos debates e das controvérsias politicamente relevantes. Não é possível esquecer o papel dos *media* informativos na atracção da visibilidade sobre determinados temas, na definição e no fechamento da agenda de temas que polarizam a atenção dos receptores, no enquadramento dos temas de molde a confinar os limites dentro dos quais se definem as controvérsias consideradas legítimas, na disseminação dos debates que permitem a natureza conversacional das sociedades democráticas.

1.2.1 Algumas etapas dos estudos jornalísticos

Wahl – Jorgensen e Thomas Hanitzsch (2009, p. 5) consideram a existência de quatro fases nos estudos jornalísticos.

A primeira fase seria constituída por abordagens predominantemente normativas que têm entre os autores alemães alguns dos seus representantes mais significativos. Existe hoje um relativo consenso de que a pré-história dos estudos jornalísticos teve a sua origem na Alemanha do Século XIX. Esta ideia é partilhada por autores como James Carey (2002), Hanno Hardt (2002; 2006) e Löffelholz (2008).

Assim, pode-se identificar uma pré-história dos estudos jornalísticos que pode ser encontrada nos teóricos sociais alemães, nomeadamente no trabalho de Karl Marx, Albert Schäfle, Karl Knies, Karl Bucher, Ferdinand Tönnies e Max Weber (Hardt, 2002, p. 15).

No que respeita aos estudos germânicos sobre jornalismo Hardt (2006, p. 19) enfatiza, em especial, o papel de Tönnies, Weber e Otto Groth como representantes do interesse das ciências sociais numa ciência da imprensa em ascensão constituída como área de estudo independente (*Zeitungswissenschaft*).

No que respeita a Max Weber, Murilo Kushik (2006, pp. 23-33) considera que, na sua óptica, o fenómeno da imprensa deve ser entendido no âmbito da configuração da empresa capitalista, acompanhando o crescimento do jornalismo como uma actividade comercial regida pela acção racional com relação a fins. Simultaneamente, considera que os jornalistas escrevem ancorados por valores e ideologias políticas, pelo que não seriam imunes ao âmbito da acção racional valorativa e ao questionamento ético-moral. O próprio Weber (2006,

p. 38) no seu discurso efectuado no I Congresso da Sociedade Alemã de Sociologia coloca algumas questões que considera fundamentais:

O que significa o desenvolvimento capitalista no interior da própria imprensa para a posição sociológica da imprensa em geral, para o papel que desempenha na formação da opinião pública?

E mais adiante, Weber (2006, p. 43) questiona-se:

O que a Imprensa traz para a conformação do homem moderno? (...) Que influências exerce sobre os elementos culturais objectivos supraindividuais? Que deslocamentos se produzem com eles? O que destrói e o que é novamente criado no âmbito da fé e das esperanças colectivas, da sensação de viver (*Lebensgefühl*) – como se diz hoje em dia –, que possíveis atitudes são destruídas para sempre, que novas atitudes são criadas?

Esta segunda questão abrange uma série de interpelações de Weber sobre vários temas entre os quais acerca da influência da imprensa sobre a leitura.

Quanto a Tönnies, o seu trabalho mais citado para o âmbito dos estudos jornalísticos é *Kritik der öffentlichen Meinung* (Crítica da Opinião Pública). Segundo Tönnies, a constituição da opinião do público é influenciada pela ciência e pelas artes, elementos da vida mental que ele considera que passaram a ser mediados pela imprensa. Logo, a reforma e o futuro da opinião do público está associada à reforma e ao futuro da imprensa o qual passa pelos seguintes elementos: a) fundação em todas as cidades de um jornal independente pelos homens mais escolarizados e educados; b) disponibilização de um espaço destinado aos partidos para publicitação dos seus eventos; c) independência face aos anunciantes; d) publicação exclusiva de anúncios de empresas fidedignas; e) acesso das vozes do povo ao jornal; f) exclusão do sensacionalismo g) imparcialidade dos artigos principais; f) manutenção de uma rede de correspondentes autónoma independente das agências noticiosas consideradas dependentes de interesses capitalistas e financeiros (Spichal, 2006, pp. 57-58- 61; pp. 76-81).

Em vários trechos do seu livro, *Kritik der öffentlichen Meinung* (2006; 2006-b), Tönnies associa o aparecimento da escrita em geral e da imprensa em particular à formação da sociedade por oposição à comunidade (2006-b,

pp. 86-87), considera a Imprensa como o meio mais importante de fazer com que as pessoas sejam ouvidas, entendidas e respeitadas através da opinião pública (2006-b, p. 100) e confere especial interesse ao papel da notícia na geração das discussões públicas (2006-b, p. 93). Simultaneamente, revela a sua preocupação com a independência do jornalismo (2006 – b, p. 122) e com a sua subordinação aos interesses comerciais dos anunciantes (2006-b, p. 131).

Um terceiro autor estudado é Otto Groth, autor de *Die Zeitung* (O jornal), publicado em quatro volumes e de *Die Geschichte der deutschen Zeitungswissenschaft* (A História da Ciência Jornalística Alemão), obra em sete volumes, dos quais o primeiro tinha o título de “O Poder Cultural Impercebido”². Na obra, Groth propõe-se desenhar os princípios de uma ciência jornalística, dos quais a psicologia social, a sociologia e a ciência literária seriam auxiliares (Marenkhe, 2006, pp. 156-157; p. 159).

Groth (2006, p. 189) afirma:

Se quisermos uma ciência cultural própria dos jornais e das revistas, precisamos perguntar primeiramente a partir da sua unidade interior e constatar os nossos problemas e conceitos de acordo com ela, mas não pesquisar, por exemplo, os conteúdos políticos ou históricos ou os produtos «literários» dos jornais e das revistas. Esses objectos já são perseguidos pelas outras ciências ou poderiam e deveriam ser perseguidos por elas, e para a ciência jornalística, os resultados a serem assim obtidos só entram em cogitação secundariamente; neste sentido aquelas ciências serão ciências auxiliares da ciência jornalística autónoma e particular. A história política constata os acontecimentos político-históricos acerca dos quais os jornais e as revistas também relatam e dos quais participam; a história da literatura investiga, na perspectiva estética que lhe é própria, os produtos literários presentes nos jornais e nas revistas; a administração de empresas se ocupa das formas empresariais gerais das quais também as editoras de jornais e de revistas têm de se servir; e a sociologia precisa de pesquisar os fenómenos sociais em cujo surgimento e realização também tem uma participação recíproca, muitas vezes decisiva.

²Título da tradução brasileira.



Os resultados dessas ciências são, então, avaliados para a ciência jornalística (assim como esta também coloca seus resultados à disposição de outras ciências, tornando-se sua indispensável ciência auxiliar). Mas, exclusivamente, a “ideia”, a “essência”, a “natureza da obra” – a igualdade de seu sentido, de seus «lados» percebidos como essenciais, de suas propriedades e «características» constantes e da estrutura dessas unidades – e o que está associado a elas devem ser o «essencial» para a ciência jornalística, isto é, devem ser o elemento importante que a fundamenta, e nessas coisas ela tem seu próprio objecto, seu próprio método, e nelas se funda seu sistema. A pesquisa delas constitui a ciência da cultura: ciência jornalística.³

Nesta ciência, Groth desenha um verdadeiro programa de pesquisa:

[a ciência jornalística] não pergunta a respeito do conteúdo, do teor do jornal ou da revista, a respeito do aspecto qualitativo do conteúdo; não pergunta, principalmente, o que esse conteúdo concreto quer dizer, se ele está de acordo com o que aconteceu efectivamente, que efeito teve sobre o acontecimento e coisas semelhantes. No caso da matéria de um jornal sobre o transcorrer de uma batalha, o pesquisador da ciência jornalística não pergunta que valor tem essa matéria para o conhecimento dos diferentes factos da batalha, se ela acrescenta fatos novos aos já conhecidos ou obriga a revisá-los – essas são perguntas da pesquisa histórica –, mas ele quer saber como a matéria chega ao jornal, que tipo de pessoas devem ter participado directamente e indirectamente da sua publicação, que caminho a matéria percorreu até chegar à redacção do jornal, quanto tempo levou (Groth citado por Marenkhe, 2006, p. 162).⁴

Para além da reflexão germânica sobre o jornalismo é impossível esquecer o contributo da reflexão americana no período similar. Entre outros, pode referir-se quatro nomes essenciais: John Dewey, Walter Lippman, Robert Park

³Manteve-se a grafia brasileira.

⁴Manteve-se a grafia específica do português do Brasil.



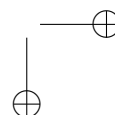


e Edward Ross. A obra de Robert Park inclui-se nos trabalhos da Escola de Chicago constituída por pesquisadores que, entre os anos de 1915 e 1940, se dedicaram a uma investigação sociológica sobre fenómenos caracteristicamente urbanos e sobre as relações interculturais emergentes no âmbito da cidade moderna, nomeadamente as que decorrem do impacto da imprensa. Robert Park fundamentou grande parte do seu estudo sobre jornalismo na análise do tipo de conhecimento que lhe é próprio, baseando-se, para tal, na distinção já formulada por William James entre «conhecimento de familiaridade» e «conhecimento sobre».

O «conhecimento de familiaridade» advém do uso e do costume e não de uma investigação formal e sistemática. Nestas circunstâncias, conseguimos conhecer as coisas não apenas através dos sentidos, mas através da resposta do nosso organismo, como um todo. Conhecemos as coisas, neste caso, como coisas a que estamos habituados, num mundo ao qual estamos ajustados (Park, 2009, p. 38).

Contrastando com este tipo de conhecimento, encontramos outro que James designa por «conhecimento sobre». “Este é um conhecimento formal, racional e sistemático.” (Park, 2009: 39). Estas duas formas de conhecimento, aos olhos de Park, não são rigidamente estanques e apresentam-se num contínuo onde todos os tipos de conhecimento têm o seu lugar. Neste contínuo, as notícias têm o seu lugar próprio, afastando-se mais do conhecimento próprio das ciências físicas e aproximando-se mais da história, na medida em que lida com acontecimentos. Porém, distinguem-se também da história porque lidam, em geral, com acontecimentos isolados, não procurando estabelecer relações causais entre eles, apresentando-os sob a forma de incidentes independentes e não sob a forma de uma história contínua (Park, 2009, pp. 41-42).

Park estabelece uma relação entre a natureza do conhecimento jornalístico e a formação da opinião pública levantando uma hipótese que se contrapõe às concepções dos *media* como instrumento de manipulação do público. A notícia só existe se atingir o interesse do público, relativizando o poder dos meios de comunicação como promotores exclusivos da importância dada aos acontecimentos: "a notícia deixa de ser notícia logo que a tensão suscitada desaparece e assim que a atenção pública tenha sido dirigida para outro aspecto





do meio, suficientemente novo ou excitante, capaz de captar a sua atenção” (Park, 2009, p. 42). Esse interesse é denominado por Park como uma espécie de "tensão" que garante a permanência ou não da notícia. Porém, esta relativização do poder manipulativo dos *media* não minimiza a sua capacidade de agendar os temas de controvérsia pública: “É na base da interpretação de acontecimentos presentes, isto é de notícias, que a opinião pública se constitui” (Park, 2009, p. 43). A notícia, como propôs Robert Park, tem para aquele que a recebe um carácter eminentemente pragmático. A notícia é “o material que torna possível a acção política”, além de desempenhar um papel muito importante na economia.

As notícias aparecem sob a forma de pequenas comunicações, independentes entre si, que podem ser fácil e rapidamente compreendidas. De facto, as notícias desempenham as mesmas funções para o público do que a percepção para o indivíduo: o que quer dizer que mais do que informar, orientam público, transmitindo em cada notícia e no conjunto das notícias o que se passa. Isto acontece sem qualquer esforço por parte dos jornalistas em interpretar os acontecimentos que relata, a não ser na medida em que os torna mais compreensíveis e interessantes. (Park, 2009: 43)

A função das notícias é orientar o mundo e o homem na sociedade actual. “Se esta função for cumprida, a sanidade dos indivíduos e a permanência das sociedades tende a ser preservada” (Park, 2009: 49).

Walter Lippmann foi um dos mais influentes intelectuais americanos do século XX, destacando-se como jornalista político, comentador influente e consultor de várias administrações e também como um proeminente teórico. Em *Public Opinion* (2004) Lippmann demonstra como as pessoas usam esquemas cognitivos designados por estereótipos para formar as suas opiniões: o mundo é demasiado complexo e é necessário conhecer mais pessoas mais acções, instituições e acontecimentos do que seria possível abarcar com a nossa própria experiência vivida” “Logo temos que recorrer a amostras e tratá-las como típicas” (2004). A obra analisa como as pessoas constroem as suas representações da realidade social e de que forma essas representações são afectadas tanto por factores internos como externos. Segundo Lippmann, tais “representações” – que ele classifica como *pictures inside the heads* – exercem uma função de orientação, guiando o indivíduo e ajudando-o a lidar com

Livros LabCom



a complexidade do ambiente externo. Simultaneamente, funcionam como barreiras ou “defesas” que ajudam o indivíduo e o grupo a proteger os seus valores, os seus interesses, as suas ideologias, em suma, a sua posição numa rede de relações sociais. Trata-se de uma reflexão sobre os limites humanos no reconhecimento do ambiente exterior e no subsequente processamento de informação. Nesse sentido, os estereótipos responderiam a uma economia de esforço na compreensão do ambiente, apesar de o autor reconhecer a natureza rígida, generalizadora e exagerada destes esquemas cognitivos.

À complexidade crescente do mundo moderno soma-se a apatia das massas não dotadas das competências necessárias para participar directamente das questões do Estado e da formação do governo. A verdade acerca dos assuntos distantes complexos não é evidente em si própria e as exigências necessárias à reunião e tratamento de informação são complexas e dispendiosas. Para se obviar a esta situação, apresenta-se um modelo “realista democrático” baseado na representação política e na competência técnica das elites, reservando-se à Imprensa o papel de canal de comunicação entre as elites governantes e o público. Em *Public Opinion*, diagnostica-se a importância fundamental desempenhada pela imprensa, embora numa perspectiva crítica. Ao longo do capítulo IV, Lippman debruça-se sobre o tempo e atenção necessários em cada dia para obterem a informação necessária sobre os assuntos públicos. No capítulo V analisam-se as limitações da linguagem em geral e da linguagem jornalística em particular para poder resumir, sumariar de uma forma adequada e correcta os assuntos do Estado. Na parte VII do livro intitulada “*The Newspapers*”, entre as limitações da Imprensa refere-se a dependência das audiências (ver em especial, todo o capítulo XXI, *The Buying People*); a orientação das rotinas jornalísticas para ângulos das questões que despertem o interesse das mesmas audiências; a necessidade de espaço e de tempo para um jornalista desenvolver um ponto de vista menos convencional; a dependência de convenções e não de padrões objectivos que orientam as escolhas do que será impresso, aonde será impresso, que espaço e que ênfase será dada à notícia. Deste diagnóstico resulta a ideia segundo a qual “as notícias não são a verdade e entre ambas tem que ser estabelecida uma distinção clara” (2004). “Assim, “enquanto a função das notícias é assinalar um acontecimento, a função da verdade é trazer à luz os factos escondidos, relacioná-los uns com os outros e construir uma imagem da realidade que permita ao homem agir” (2004).

A exactidão das notícias depende da precisão com que um acontecimento



possa ser registado. A não ser que o acontecimento seja de uma natureza que possam ser medido, especificado, nomeado, qualquer relato jornalístico está sujeito aos acasos e preconceitos da observação. Verifica-se que apenas numa pequena parte de todo o campo do interesse humano, o corpo da verdade e das notícias coincide. Há apenas uma pequena parte de conhecimento exacto que não requer competências ou formação especial para lidar com ele. O resto fica à discrição do jornalista. Logo, as notícias são encaradas como algo de demasiado frágil para suportar o ónus de serem o órgão de uma democracia participada, uma tendência que, aos seus olhos, era considerada impensável.

Nesse sentido, Lippmann propunha a formação de uma classe especializada que seria composta por especialistas e servidores públicos a quem competiria iludir o principal problema da democracia, o ideal impossível do "cidadão omnicompetente": “ a ficção intolerável e inoperacional de que cada um de nós tem de adquirir uma opinião competente acerca de todos os assuntos públicos” (2004).

John Dewey, outro importante pensador, respondeu a Lippmann com uma recensão crítica elogiosa onde considerava que o autor tocava nalguns dos problemas mais importantes da teoria democrática. Em *The Public and its Problems* (1927/2004) reconhece as dificuldades de participação das pessoas no processo democrático:

O tamanho, a heterogeneidade e a mobilidade das populações urbanas, o imenso capital requerido e o carácter técnico dos problemas de engenharia que se colocam esgotam rapidamente a direcção do votante médio (...). A ramificação dos temas face ao público é tão intrincada, as questões técnicas implicadas são tão especializadas, os detalhes são tão numerosos e variáveis que o público não se pode identificar nem manter como tal durante muito tempo. (Dewey, 2004, p. 131)

Apesar deste diagnóstico, Dewey considera que a democracia não deve ser confinada ao esclarecimento de uma elite, e sublinha a importância da deliberação no processo de decisão política. Embora não ponha em causa a pretensão de Lippman segundo a qual a pesquisa social e o planeamento de políticas possam ser levados a efeito por peritos, acrescenta que todos os factos relevantes dessa pesquisa e das políticas propostas deve continuar a ser



um assunto público. Não é necessário que a maioria tenha as competências e o conhecimento para levar a efeito as investigações no plano do social e do político; o que é requerido é que a maioria seja capaz de julgar a aplicação dos conhecimentos detidos por outros em assuntos de interesse colectivo. A sua concepção de publicidade (*publicity*) identifica-se com um processo “de persuasão, discussão, convicção e intercâmbio de ideias” (Dewey, 2004, p. 30). A democracia funcionará, assim, apenas com base na revitalização do espírito comunitário e público, para a qual contribui de modo decisivo a existência da comunicação, a qual se afirma como ideia chave não no sentido unidireccional de transmissão, mas antes no sentido de partilhar, de tomar parte, de participar num processo de intercâmbio comum mútuo (Dewey, 2004, p. 15).

John Dewey considera que os jornais ajudam a formar o público: ajudam as comunidades a debater, a moldar e a formar os seus valores e um horizonte de significado em que os actores cívicos tomam as suas decisões. Assim, é possível um uso da Imprensa que ajude a produzir um autêntico público organizado e articulado necessário para a democracia, desde que o mesmo uso esteja à altura da necessidade de revitalizar o diálogo, envolver-se na conversação e no debate (Dewey, 2004, p. 173).

Finalmente, comungando uma série de problemas já aqui apresentados, Edward Ross apresenta um diagnóstico crítico do sensacionalismo protagonizado pela *Yellow Press*. Apesar de o jornalismo e a instituição jornalística ganharem um papel cada vez mais relevante na vida pública, Ross considera que a imprensa passa a sujeitar-se cada vez mais às exigências de grandes empresários e políticos, tornando-se refém de um processo que se verifica, por exemplo, na “supressão de notícias importantes” para o público e na publicação de outras cujo conteúdo estivesse voltado para interesses das empresas e homens de poder. Este processo é directamente relacionado com um diagnóstico da “decadência social” analisada pelo autor (Wahl – Jorgensen e Hanitzsch, 2009, p. 5).

Uma segunda fase de estudos que Wahl – Jorgensen e Thomas Hanitzsch (2009, p. 5) classificam de *empirical turn* – «virada» empírica – surge nos Estados Unidos centrada nas estruturas e processos da produção noticiosa e na análise dos agentes envolvidos. Numa primeira fase, esta pesquisa teve um perfil direccionado para uma orientação profissionalizante e concentrou-se em torno da fundação da revista científica *Journalism Quarterly* em 1924. Uma das personalidades chave do período foi Willard Bleyer (Universidade de Wis-

consin) que, no primeiro número do jornal, esquematizou as directivas fundamentais da futura pesquisa jornalística. Blayer terá desempenhado um papel decisivo iniciando uma era de pesquisas que encaravam o jornalismo como objecto de estudo académico e criando um *minor* doutoral em estudos jornalísticos em programas doutorais pré-existentes em ciência política e sociologia. Na Europa (em Portugal, na Dinamarca ou no Reino Unido), a educação jornalística decorreu fora da academia, dentro de organizações noticiosas em que os jornalistas eram treinados através de cursos de curta duração, com uma orientação predominantemente pragmática e direccionada para a aquisição de competências exclusivamente profissionais. A partir dos anos 50, o estudo empírico do jornalismo recebeu um ímpeto renovado quando a pesquisa em *Mass Communication* floresce nos Estados Unidos. Este impulso proveio de disciplinas como a sociologia, a ciência política e a psicologia mas foi protagonizada por figuras de grande estatura científica como Paul Lazarsfeld, Carl Hovland, Eliuh Katz, Kurt Lewin e Harold Lasswell. Esta influência solidificou os elementos empíricos desta forma de abordagem e pesquisa, baseando-se em métodos como sejam as sondagens destinadas a avaliar o impacto dos *media*. Este modelo de estudos dirigiu-se também para a análise dos agentes e práticas jornalísticas e seus valores profissionais. Surgiu assim o modelo do *gatekeeper* (White, 1993), a teoria organizacional (Warren Breed, 1993), as teorias dos valores-notícia (Galtung e Ruge, 1993), a teoria do agendamento (McCombs e Shaw, 2000). Esta fase consagra alguns dos mais importantes clássicos dos estudos jornalísticos.

Uma terceira fase é apontada como sendo decisivamente influenciada por diversos percursos das ciências sociais e humanas. A abordagem centra-se num compromisso com a análise crítica das convenções e rotinas jornalísticas, as ideologias e culturais ocupacionais e profissionais e ainda pelo uso de conceitos direccionados para o estudo do texto, como sejam os conceitos de *framing* e de narrativa, ao qual se adiciona uma análise de crescente importância do elemento “popular” das notícias. Esta atenção crescente aos assuntos culturais surgiu lado a lado com a adaptação de metodologias qualitativas, com realce para pesquisas etnográficas e de análise do discurso. Entre alguns dos investigadores identificáveis com esta abordagem contam-se Gaye Tuchman (1978), David Altheyde (1976, 1985), Herbert Gans (1979, 2003), Philip Schlesinger (1993), Peter Golding (1979), James Carey (1989), Stuart Hall (1977, 1993, 2002), John Hartley (1991), Barbie Zelizer (2003, 2004), Eliza-

beth Bird e Robert Dardenne (1993), Michael Schudson (1978, 1988, 2003), entre outros.

Uma quarta fase é apontada como *Global Comparative Turn*, ou seja a emergência de pesquisa internacional comparada motivada pelas mudanças políticas e pelas novas tecnologias da comunicação. Assim, a pesquisa jornalística torna-se cada vez mais um empreendimento internacional resultante da colaboração entre vários investigadores provenientes de várias comunidades científicas. Wahl – Jorgensen e Hanitzsch (2009: 7) realçam, a propósito, a importância que os jornais de língua inglesa, nomeadamente com um peso de académicos norte – americanos (com destaque para o *Journalism & Mass Communication Quarterly*) continuam a ter no campo dos estudos jornalísticos. Destacam a importância de associações internacionais como sejam a International Association for Media and Communication Research (IAMCR) e a International Communication Association (ICA) na internacionalização e diversificação dos estudos e referem as revistas científicas *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, *Journalism Studies* e *Journalism Practice* como exemplo de uma tentativa de introduzir uma maior diversidade internacional nas Comissões Editoriais. Às associações citadas deve acrescentar-se a European Communication Research and Education Association (ECREA). Por outro lado, se esta fase dos estudos é de facto caracterizada por uma maior internacionalização, importa destacar esforços desenvolvidos no espaço lusófono com a presença de académicos portugueses na Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo e a publicação de textos seus na revista *Brazilian Journalism Research*, bem como a presença brasileira nos Congressos da Sociedade Portuguesa de Comunicação e em muitos centros portugueses (Centro de Investigação Media e Jornalismo, Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade, Laboratório de Comunicação e Conteúdos *Online*) e nas respectivas revistas e colecções.

Destaque-se ainda que a década de 50 já fora marcada por estudos sobre a circulação da informação ao nível mundial (Fernsworth, 1954; Cutlip, 1954; McNelly, 1959), uma investigação comparativa dos jornais empreendida por Jacques Kayser, estudos comparativos dos jornais efectuados pela UNESCO que culminariam no anos 70 com o debate acerca da dependência do «Terceiro Mundo» em relação ao fluxo informativo do «Primeiro Mundo» (Traquina, 2000, p. 17).



1.2.2 Tendências dos estudos jornalísticos

Barbie Zelizer (2004), num estudo conhecido sobre as relações entre os estudos jornalísticos e a academia, identificou cinco tipos de pesquisa académica que incidem sobre o jornalismo: sociologia, história, estudos linguísticos, ciência política e análise cultural. Quanto à pesquisa sociológica, destacou-se na existência de importantes trabalhos etnográficos sobre as salas de redacção (Tuchman, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1980), enfatizando a importância das rotinas e das tipificações bem como as interações entre os membros da comunidade jornalística. Estes estudos descobriram a importância de normas, práticas, rotinas e identificaram a existência de padrões institucionais e organizacionais de funcionamento (Epstein, 1973; Breed, 1993). Algumas destas normas são invocadas de uma forma similar a uma ideologia profissional (Tuchman, 1978; Gitlin, 1980; Glasgow Media Group, 1976, 1980).

A pesquisa histórica divide-se em trabalhos de importância diversa; memórias, biografias e histórias de organizações noticiosas; a história de determinados períodos da imprensa centrados, por exemplo, na imprensa romântica de opinião, na imprensa popular ou *penny press* (ex. Schudson, 1978) ou em estudos de grande fôlego que se debruçam sobre a constituição de um Estado – Nação ou o surgimento do jornalismo.

A pesquisa influenciada pelos estudos linguísticos deve uma considerável influência à Análise Crítica do Discurso, sendo de destacar trabalhos especialmente dirigidos à imprensa como os de Allan Bell e Peter Garrett (Bell, 2001; Bell e Garrett, 2001) Van Dijk (1988, 1991, 1998, 2005) e Roger Fowler (2005). Destaque-se também o considerável esforço efectuado em torno dos estudos sobre enquadramento (veja-se a propósito, Reese, Gandy e Grant, 2001).

A ciência política deteve-se largamente sobre as relações entre os jornalistas e os seus públicos e as questões associadas à cidadania. Verifica-se a existência de trabalho sobre o papel dos *media* nos diferentes sistemas (Siebert, Peterson e Schramm, 1956), a análise sistémica das relações entre políticos e jornalistas (Blumer e Gurevitch, 1995), relações entre fontes políticas e jornalistas (Sigal, 1973). Mais recentemente, há toda a vasta bibliografia sobre jornalismo público como sejam as que resultam dos trabalhos de Rosen (1996) e de Eksterowicz e Roberts (2000).

Finalmente, a análise cultural do jornalismo é influenciada pela corrente





dos Estudos Culturais britânicos e americanos, os primeiros interessados na intersecção dos estudos jornalísticos com os fenómenos de poder e dominação social (Hall, 1992, 2002; Hartley: 1991; 1992) e os segundos identificados com os fenómenos do poder e da hegemonia mas também com os problemas de significado, identidade de grupo e mudança social (Steiner, 1992; Kellner: 2001). Nesta área destaca-se a primeira incursão significativa dos estudos culturais no jornalismo *online*: *Online News*, de Stuart Allan (2006).

A sistematização efectuada por Barbie Zelizer identifica algumas tendências mas, apesar da sua utilidade na legitimação dos estudos jornalísticos como campo académico, tem sido criticada pelo facto de se centrar na pesquisa anglo-saxónica e pelo facto de olhar o jornalismo através de perspectivas teóricas e metodológicas exteriores ao campo jornalístico embora com contributos importantes para o mesmo. Designadamente, é – lhe imputada o desconhecimento de contributos provenientes de vários países que compreendem o jornalismo como disciplina, com objecto próprio, metodologias específicas e bibliografia especializada, como seja a linha inspiradora que orienta autores como Groth e Robert E. Park; a ausência da revisão da literatura da quase totalidade dos autores de fora do mundo anglo-americano e, inclusive, de algumas obras de referência de norte-americanos e ingleses; e, finalmente, a insistência numa concepção de interdisciplinaridade que descarta a possibilidade de o próprio estudo do jornalismo ser uma disciplina científica (Machado, 2006). Trata-se de uma controvérsia que estrutura muita da discussão actual sobre estudos jornalísticos e originou alguma produção que visa justamente afirmar, consolidar e autonomizar o jornalismo como campo de estudos.

1.3 Delimitação do objecto da disciplina: a notícia em sentido amplo

Os estudos jornalísticos referem-se normalmente ao termo notícia em sentido amplo, isto é tudo aquilo que um jornal publica. Já a notícia em sentido estrito ou técnico refere-se ao género canónico que designa um texto com as seguintes características: informativo e centrada nos factos; caracterizado pela existência de um título, de subtítulos, de um parágrafo inicial chamado *lead* onde se procura responder a seis questões consideradas fundamentais (O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Porquê?) das quais as duas últimas podem





ser respondida no parágrafo seguinte; estruturado por um método chamado «pirâmide invertida» que apresenta os factos por uma ordem decrescente de importância e organizado em blocos, de tal modo que, idealmente, a subtração de qualquer um destes a partir do fim do texto não deverá perturbar a leitura do que restar. O termo “notícia” é, pois, no sentido lato, aplicável às comunicações apresentadas periodicamente sobre aquilo que possa ser novo, actual e interessante para a comunidade humana. A notícia, no seu estrito sentido, constitui um género específico de entre o conjunto dos vários géneros jornalísticos.

A forma canónica das notícias existe sobretudo nas agências, nas chamadas notícias “breves” e é o género que ganhará importância nalgumas formas de jornalismo *online*, devido às necessidades impostas pela actualização permanente das notícias, pela necessidade de captar atenção e de poupar tempo. Porém, é apenas uma parte da produção informativa ou noticiosa, mesmo quando nos referimos aos tradicionais géneros jornalísticos.

Fazendo um breve levantamento do conceito de notícia, dá-se conta que o que prevalece na disciplina de Teoria da Notícia é a sua definição em sentido amplo. Dovifat (1954, p. 51) define notícia (1954: 51) como “uma comunicação sobre factos novos que ocorrem na luta do homem e da sociedade pela existência”. Martínez de Sousa (1992, p. 325) refere-se a notícia como “publicação e divulgação de um facto”. José Ortega e Costales (1996, p. 48) considera que notícia “é todo o acontecimento actual, interessante e comunicável”.

Jorge Pedro de Sousa (2000) afirma que uma notícia é um artefacto linguístico que representa determinados aspectos da realidade, resulta de um processo de construção onde interagem factores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico, é difundida por meios jornalísticos e comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia.

Martinez Albertos (1978) define notícia como “um facto, verdadeiro, inédito ou actual de interesse geral que se comunica a um público que se pode considerar massivo, uma vez que foi recolhido, avaliado e interpretado pelos sujeitos promotores que controlam um meio utilizado para a sua definição”.

Rodrigo Alsina (1996, p. 195) define notícia como uma “representação





social da realidade quotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”.

Urabayen (1993, p. 20) conclui que notícia é todo o facto da actualidade susceptível de interessar a um número amplo de pessoas e que chega ao público de uma maneira regular e periódica, por meio de palavras e de imagens, ou seja da imprensa escrita ou audiovisual. Segundo Michael Schudson (2003, p. 6), notícia é o que é publicamente notável dentro de um enquadramento de natureza social e cultural que inclui uma certa compreensão, variável de comunidade para comunidade, do que é ser público e ser notório. Ou seja, “é o produto da actividade jornalística de tornar público” (2003, p. 12). Da mesma forma, Molotch e Lester (1993), Schlesinger (1993), Tom Koch (1990) identificam notícias como o produto da actividade noticiosa dos *media*, com vista a fornecer informação aos interessados sobre factos inobservados.

Concorda-se, pois, com Anabela Gradim (2000, p. 57) quando distingue entre notícia em sentido estrito e notícia em sentido amplo: “Notícia é, pois, em princípio, tudo aquilo que um jornal publica; mas, em sentido técnico, enquanto género, a definição de notícia é mais restritiva”. Desde logo, a expressão Teoria da Notícia refere-se sobretudo a uma teoria do jornalismo. Quando falamos assim de notícia, englobamos diversos registos discursivos do jornalismo: notícia, reportagem, entrevista, artigo de opinião e editorial (Ponte, 2004). Da mesma maneira, a dimensão estratégica do conceito de notícia encara a notícia como todo o enunciado jornalístico. Esta opção é aquela que interessa à teoria do jornalismo enquanto teoria que procura explicar as formas e os conteúdos do produto jornalístico (Sousa, 2002).

Em suma, a “notícia” enquanto género no sentido estritamente técnico é apenas uma das formas de relato jornalístico. Por isso, a Teoria da Notícia ganhou sobretudo o seu estatuto de disciplina autónoma como uma análise da natureza, produção, recepção e efeitos dos enunciados jornalísticos em sentido lato e não no sentido estritamente técnico de um género com as características atrás referidas.

1.4 Características do enunciado jornalístico

No sentido geral, a notícia é sinónimo de “enunciado jornalístico”. De acordo com esta perspectiva, assinalamos certas componentes do jornalismo notici-





oso que podem ser detectados como comuns aos enunciados que se reclamam como jornalismo:

- a) O enunciado jornalístico implica um compromisso com a busca rigorosa e sistemática da verdade. O jornalismo “é um sistema que atua no ramo da verdade. Os seus produtos se oferecem como verdadeiros, tendo a sua verdade garantida por procedimentos bem codificados de veracidade e certificação”. (Gomes, 2009, p. 12)

Isto não significa que o acontecimento que deu origem à notícia seja uma realidade objectiva. Marconi Oliveira da Silva diz a propósito:

O relato jornalístico não é um acto de descrever ou dizer de forma directa, determinada e precisa um facto empírico acontecido no mundo exterior, mas é um acto de apresentação de uma realidade que se constitui inclusive com a participação activa do leitor (...) isso não equivale a dizer a que imprensa mente, inventa ou diz inverdades. Significa apenas que os nossos discursos são condicionados pelos limites de nossos modos de dizer, ou seja, são construções do mundo dentro de certos limites impostos pelos nossos jogos de linguagem. (Oliveira da Silva, 2006, p. 8)

Na verdade, nunca há uma descrição completa da realidade senão muitas, todas diferentes, cada uma das quais diferente segundo os critérios em que o autor do enunciado se baseou para a selecção das suas informações, que distinções e valorizações efectuou e a partir de que perspectiva, com que interesses e com que objectivos abordou o tema (Simon citado por Rodrigo Alsina, 1999, p. 44).

O que se pretende, efectivamente, dizer é que o enunciado jornalístico é um acto de fala regido pelo princípio da veracidade, o qual se expressa do seguinte modo: “ninguém fala com seriedade ou com pretensão de ser levado a sério se não assumir implicitamente o compromisso, diante dos seus interlocutores, de que os argumentos que apresenta são, por eles, considerados verdadeiros” (Gomes, 2009, p. 10).

Neste sentido, é indiscutível que o enunciado jornalístico tem que ser formulado por alguém que possui uma pretensão de veracidade: “O jornalismo é uma actividade integralmente afectado pela norma da veracidade (...) Não



há notícia sobre o qual não se imponha legitimamente uma obrigação de veracidade; aliás, só é notícia um ato verbal que comporte uma pretensão de ser verdadeiro” (Gomes, 2009, p. 11).

- b) O enunciado jornalístico é, também, actual, no sentido em que se refere a acontecimentos que ocorreram normalmente há pouco tempo e transportam alguma espécie de urgência no seu conhecimento: é o que se acaba de produzir, anunciar ou descobrir (Fontecuberta, 1993, p. 16). Para que uma informação seja notícia é preciso que seja recente e imediatamente transmitida, isto é que decorra o mínimo prazo de tempo possível entre o acontecimento e a sua difusão. Neste sentido, a actualidade jornalística é constituída por uma série de factos recentes ou imediatos que se difundem através dos meios de comunicação. Tal actualidade não existe nos factos independente dos meios que os reportam. É resultado de um processo que a constrói e que instaura a sua vigência desde o período que começa com a publicação de uma informação numa edição e a edição seguinte. Por isso, a actualidade de um diário não é idêntica à de um semanário nem a actualidade de um jornal generalista é idêntica à de um jornal desportivo (Fontecuberta, 1993, p. 22).

O enunciado jornalístico deve ser possuidor de novidade e o seu conteúdo deve constituir, na medida do possível, um sobressalto na realidade quotidiana. Porém, parte da actualidade e da urgência atribuída à necessidade de conhecimento do evento é determinada pela aceleração introduzida pelos próprios *media*. Assim, a actualidade não resulta apenas de uma qualidade intrínseca dos fenómenos mas da forma como as qualidades do acontecimento são percebidas pelos *media*. Será, pois, mais coerente falar de uma actualidade jornalística. Não se pode, porém, ser imune ao fetiche da velocidade que marca o jornalismo. Se virmos numa dimensão mais vasta, a história do seu surgimento é a história de uma época em que a ideia de “novo” ganha um novo estatuto. O jornalismo do período moderno inicia os seus passos com o alvor das cidades, da civilização mercantil e da expansão monetária. Nas suas configurações mais recentes, atingiu a sua maturidade na altura em que surgia uma mentalidade cultural favorável à velocidade: a era da reprodutibilidade técnica. A imprensa trabalha sobre o signo da velocidade: narrativas breves



e um discurso que reproduz a urgência. Nesse sentido, uma característica essencial da informação é a sua relação com o tempo: a informação é perecível uma vez pronunciada. O tema já fora abordado por Park:

As notícias, como forma de conhecimento, não estão primeiramente focadas sobre o passado ou sobre o futuro, mas sim sobre o presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos como «presente ilusório». O que se pretende aqui significar como «presente ilusório» é sugerido pelo facto de as notícias, como os editores da imprensa comercial bem sabem, serem um bem extremamente perecível. As notícias mantêm esse estatuto apenas até chegarem às pessoas para quem têm «interesse noticioso». Uma vez publicadas e o seu interesse reconhecido, as notícias passam à história. (Park, 2009: 42)

Porém, actualidade não é necessariamente novidade. Como explica Fidalgo (2004):

Por actualidade entende-se a característica de o jornal informar «sobre o que é actual, presente, momentâneo, novo». Contudo, actual não é o mesmo que novo. Actual significa que algo acontece no tempo presente. Trata-se de uma relação temporal do mundo objectivo, de uma relação entre o momento do acontecimento e o momento presente do sujeito. A novidade, em contrapartida, não é propriamente um conceito temporal, mas apenas significa que o sujeito não sabia disso. É novo tudo o que o sujeito desconhecia e que passa a conhecer.

- c) O enunciado jornalístico é ainda marcado por outra característica relacionada com a temporalidade. O enunciado jornalístico é dotado de periodicidade, no sentido não de regularidade (isto é de um discurso que se formula através de edições que tendem a ser apresentadas com intervalos idênticos entre si), mas no sentido de um discurso que se actualiza em edições. A periodicidade tem de ser entendida não como uma repetição mecânica, mas como uma estratégia para aproximar na medida do possível a notícia ao acontecimento e essa estratégia é comum às várias formas materiais que o jornal pode revestir. Esta actualização





tende a ser cada vez mais rápida. “A periodicidade tem como ideal atingir o objectivo da simultaneidade do acontecimento e da notícia. Mais marcante para a periodicidade jornalística é a simultaneidade e não a regularidade” Neste sentido, “periodicidade e actualidade são afins. O ideal de uma e outra seria a simultaneidade entre os dois momentos”. (Fidalgo, 2004, p. 4; p. 7)

Presentemente, as tendências introduzidas pelas novas rotinas televisivas, pela introdução do digital, pelo jornalismo *online* dão um novo significado quer à temporalidade quer à actualidade. Com a proliferação de canais e de suportes gera-se uma busca de simultaneidade entre o momento do acontecimento e o momento do sujeito: a proliferação do «modelo CNN» com notícias 24 sobre 24 horas, a possibilidade de actualização permanente introduzida pelo jornalismo *online* e o uso dos telemóveis para transmitirem individualmente informação sobre o acontecimento tão depressa este se produza, a relação do jornalista com a dimensão temporal ganha um significado cada vez mais relevante.

- d) A relevância é um problema central do jornalismo e a sua problemática articula-se e colide com a universalidade entendida como característica da “realidade ideal” do jornalismo concebida por Otto Groth e discutida por Fidalgo (2004). Segundo Groth, o “mundo objectivo não consiste só de coisas, mas também, e sobretudo, de homens e da sua acção social e cultural. Além das coisas, fazem parte desse mundo objectivo factos, opiniões, intenções, ideias, valores de outras pessoas e de grupos de pessoas. Saber destes factos, ideias e valores, é indispensável ao homem a fim de poder harmonizar a sua conduta com o mundo à sua volta”. Assim, a tendência para a universalidade do enunciado jornalístico pode expressar-se nesta ideia: “tudo o que suscita a curiosidade, o interesse do homem, tudo o que pode levá-lo a uma tomada de posição, está incluído *eo ipso* num possível conteúdo do jornal” (Groth citado por Fidalgo, 2004, p. 5). A necessidade de dirigir a nossa atenção para um mundo complexo onde se verificam muitos acontecimentos num fluir constante constitui o reverso da ambição de universalidade que motiva o jornalismo. Os estudos de Walter Lippman sobre a atenção e a necessidade de recorrer a “imagens mentais” para classificar a realidade; as teorias sobre o agendamento (McCombs e Shaw, 1972) e sobre

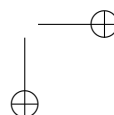
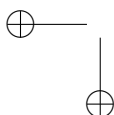




a tematização (Luhmann, 2009), isto é necessidade de definir temas sobre os quais incide a nossa atenção para tornar a discussão possível, as teorias sobre o enquadramento (*frame*) reflectem, afinal, a mesma preocupação: a forma como a nossa atenção é direccionada pelos *media* sobre uma parte da realidade. Ou seja, jornais, revistas e rádios têm uma quantidade limitada de espaço e de tempo, pelo que só uma fracção das notícias do dia acaba por ser publicada. É o processo de edição orientado pelos valores – notícia que acaba por fazer com que a atenção do público seja orientada e convocada para certos assuntos considerados de maior importância do dia. Logo, a notícia, apesar da sua vocação para a universalidade, é sempre uma escolha sobre o que é importante: “Potencialmente universal, o jornal acaba por se concretizar e particularizar consoante os interesses dos sujeitos que dele se servem como meio de lidar com os seus mundos objectivos.” (Fidalgo, 2004, p. 5)

As estruturas e sistemas de relevâncias variam consoante as culturas, as comunidades, os grupos e os indivíduos pelo que a identificação dos problemas e dos interesses e, conseqüentemente, a relevância dos assuntos, também é, ela própria, variável. Por isso, cada sociedade, cada comunidade têm conceitos distintos de acontecimento, e, portanto, o conteúdo dos meios reflecte o conceito dominante de notícia vigente em cada sociedade em determinado período da sua história. O jornalismo não procede, pois, à selecção dos factos apenas em função de uma qualidade – a «relevância» dos factos – que seria evidente em si, independente das condições sociais e históricas e dos interesses dos agentes sociais envolvidos. “O jornalismo vai destacar aqueles fatos que mais relevam os valores e crenças da sociedade naquele momento histórico” (Oliveira da Silva, 2006, p. 94). Por exemplo, as notícias sobre a saúde parecem extraordinariamente relevantes sob o ponto de vista do nosso bem-estar individual. Porém, a superabundância de notícias sobre o tema não transforma estes enunciados como algo dotado em si de uma relevância auto-evidente em função de todos os tempos e de todos os lugares. A sua relevância é resultado de uma sociedade mais confortável, mais receosa da morte, mais obcecada com o prolongamento de uma certa cultura juvenil. Isto é, pode haver formações culturais em que a relevância destes temas seja menor. A verdade é que a importância destas notícias aumentou na medida em que a esperança de vida aumentou e, conseqüentemente, cresceu a necessidade de

Livros LabCom





atender à necessidade de cuidados médicos de sectores da população cada vez mais envelhecidos.

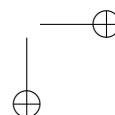
Assim, terá que se ter em conta que a relevância é um conceito útil mas resulta de processos conflituais e de contextos sociocognitivos. Depende de processos conflituais porque o jornalismo é um dos protagonistas essenciais em definir o que é relevante em cada momento – o agendamento, a tematização e, de certo modo, o *framing* são, justamente, processos em que se fazem sobressair temas e quais os esquemas interpretativos que se podem aplicar a esses temas considerados relevantes. Assim, o reconhecimento da capacidade dos *media* em tornar relevantes os temas e em definir estes esquemas torna-se o móbil de uma luta insanável por parte de vários agentes interessados: assessorias de comunicação, Relações Públicas, movimentos sociais, partidos políticos.

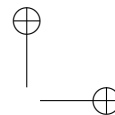
A relevância depende também de contextos sociocognitivos porque há sistemas de relevância variáveis em formações culturais diversas, sendo que diferentes formações culturais estruturam a percepção do que é importante. Esta reflexão não exclui os próprios *fait-divers* e as notícias sociais. Estas tornam-se relevantes no contexto do jornalismo, em determinadas formações sócio-culturais ou em determinadas especialidades do jornalismo. Assim faz sentido lembrar que a nossa maneira de ver as coisas é uma combinação daquilo que se encontra e daquilo que se espera ver. Um bom exemplo deste facto é o caso da manifestação de Londres contra a Guerra do Vietname, cuja cobertura foi estudada por Halloran, Elliott e Murdock citada por Gómis, onde a expectativa da violência fez a cobertura incidir sobre os poucos aspectos violentos do evento (Gómis, 1991, p. 70).

O conceito de relevância também ganha neste momento uma reconfiguração substancial mediante os contributos desenvolvidos pelos novos *media*. A personalização das notícias e a possibilidade de o utilizador introduzir filtros que lhe permitem seleccionar quais as informações a que deseja ter acesso tem um significado fundamental para a evolução do conceito no âmbito da teoria da notícia.

e) O enunciado jornalístico é público num triplo sentido:

1 Circula em espaços de acessibilidade geral e a todos abertos em



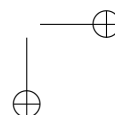


relação aos quais não existe habilitação prévia para a sua frequência.

- 2 É considerado como possuindo um interesse colectivo.
- 3 Renega a ideia de segredo ou de sabedoria privada ou especializada, no sentido em que baseia a sua actividade na divulgação do saber e na simplicidade dos enunciados.

Em relação ao primeiro ponto, parece haver uma certa evidência: nas condições construídas pela modernidade, o discurso jornalístico é acessível a todos. A identificação moderna entre o adjetivo «público» e o «interesse colectivo», presente no segundo sentido, é mais difícil de discernir. Para Bobbio (2000), a melhor definição de democracia é a que se refere ao “poder em público”, isto é, ao fato de que as decisões de governantes devem ser tornadas públicas aos governados. Essa é uma das principais diferenças entre um governo democrático e um governo autocrático, elegendo-se a comunicação pública como actividade essencial às sociedades democráticas. A relação entre democracia e jornalismo torna-se mais visível quando lembramos que a sociedade democrática é formada por cidadãos, e não súbditos, e que o direito à informação é inerente à cidadania. A noção moderna de legitimidade e a aplicação do princípio da publicidade implicam que as decisões do poder sejam escrutinadas e legitimadas. O próprio afã dos poderes em apresentar motivos aceitáveis para as suas decisões significa que existe um ambiente colectivo que exige que as decisões implicam o consentimento e a legitimidade dos públicos. A legitimidade é uma categoria que tem a ver com a aceitabilidade e o consentimento de práticas ou decisões públicas mesmo que tomadas por instâncias privadas. Logo, esta definição de publico implica a referência explícita a um elemento normativo que remete para as teorias da responsabilidade social da imprensa (Benito, 1995, p. 96). A premissa é a de que o jornalismo é uma actividade de forte vínculo social e que jamais se pode desligar do interesse e da vocação pública.

Porém, é altamente duvidoso, por exemplo, que este conceito de “interesse público” possa dizer respeito a todo o jornalismo, por exemplo, à vida privada de celebridades. Neste sentido, o conceito de interesse público pode não ter a ver necessariamente com a curiosidade das audiências. Aí a noção de «público» deixa de ser articulada com a questão da legitimidade e com o princípio democrático da publicidade para passar a estar associada à de entretenimento



partilhado por todos, revelando sobrevivências de conceitos pré-modernos de público: por exemplo, a ideia de “público” como “representação do poder” hoje transferida para a “representação do estatuto” ou para noções que lhe são próximas como sejam “celebridade” e “notoriedade”. Neste sentido, um elemento que merece especial discussão é o desenvolvimento de uma cultura de «celebridades», largamente assente nos *media* e que proporcionou consideráveis progressos no avanço da fusão entre “informação” e “entretenimento”. A proliferação de formatos que asseguram a fugacidade de alguns escassos minutos de fama, a multiplicação de concursos que dão relevo público a talentos desconhecidos, a alteração dos critérios de notoriedade clássicos (já não apenas o talento desportivo mas, também, a excentricidade e o escândalo como factores de sucesso mediático) alimentam o jornalismo dirigido para o mercado e contribuem para o número crescente de *soft-news*.

Já a última forma de classificar o discurso jornalístico como “público” está articulado com a ideia de acessibilidade, embora referindo-se ao seu conteúdo. O jornalismo é um saber exotérico que procura conferir maior acessibilidade a saberes especializados. Esotérico diz-se de todo o ensinamento secreto e misterioso, ministrado a um círculo restrito e fechado de ouvintes, discípulos ou iniciados. Exotérico, pelo contrário, expressa o ensinamento passível de ser ministrado ao grande público e não somente a um grupo selecto de alunos, discípulos especializados ou iluminados. Significa, assim, o que é externo, aquilo que é acessível à pessoa comum; que se torna público, exterior ao círculo dos especialistas e das elites intelectuais. Os saberes exotéricos abrem ao conhecimento dos leigos e das pessoas vulgares. O jornalismo tem este traço de busca da acessibilidade, de divulgação, que constitui uma das suas mais acentuadas marcas epistemológicas. Esta concepção remete-nos para a distinção entre “*Knowledge About*” e “*Knowledge of*”. Como já se viu, enquanto o primeiro se define como “formal e analítico, sistemático e científico, cumulativo e exaustivo”, o segundo de que faz parte a notícia, define-se como “não sistemático, fragmentado e enraizado no senso comum partilhado por uma comunidade” (Saperas, 1993, p. 23). O segundo parece, de certa forma, ligado ao instinto e à intuição (Berganza, 2000, p. 360). Porém, esta característica do jornalismo é responsável pela divulgação de temas políticos, económicos, sociais e culturais, tornando-os acessíveis a quem não possui conhecimentos de natureza sistemática e formal sobre esses temas.



1.5 Objectivos da Teoria da Notícia

A Teoria da Notícia não possui ainda as características de uma ciência jornalística do modo como foi analisado por Groth. Implica algum ecletismo no seu percurso, para o qual contribuíram várias ciências auxiliares. Esta é alias uma característica que leva o pesquisador brasileiro Elias Machado a afastar-se de propostas interdisciplinares de estudo do jornalismo como sejam as apresentadas por Barbie Zelizer (2004), quando descreve o jornalismo como um objecto de estudo da Linguística, Ciência Política, Sociologia, História e Análise Cultural. Para este autor, os conceitos utilizados devem ser internos ao objecto, isto é, o jornalismo como prática discursiva, e ao mesmo tempo constitutivos e operacionais. Logo, definir o jornalismo como disciplina científica, que tem o jornalismo como prática discursiva como objecto exige metodologias e categorias de análise próprias, consideradas o primeiro pressuposto para que o jornalismo possa ser levado a sério (Machado, 2006).

Apesar de tudo, parece-nos que os estudos jornalísticos apresentam o seguinte corpo de problemas bem definido:

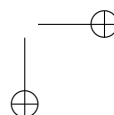
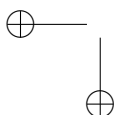
1. A Teoria da Notícia debruça-se sobre a análise da natureza, produção, recepção e efeitos dos enunciados jornalísticos.
2. A Teoria da Notícia procede à análise do enunciado jornalístico como género discursivo e como forma narrativa. O género jornalístico é um relato sobre acontecimentos que decorrem no mundo que obedece a fórmulas e convenções narrativas específicas. Implica uma referência ao enunciado jornalístico como discurso.
3. Um terceiro ponto que importa tornar explícito é o seguinte: para a Teoria da Notícia, a prática jornalística é uma prática institucional, social e cultural em que convergem múltiplos factores que explicam a configuração final dos relatos jornalísticos. Neste sentido, a história dos estudos jornalísticos inclui, em larga medida, um esforço em recensear os factores que contribuem para explicarem o porquê da configuração dos relatos jornalísticos. Procede-se, deste modo, à identificação de factores que passam pelo reconhecimento da influência individual dos jornalistas; pela análise das rotinas produtivas e organizacionais que se prende com os próprios métodos de trabalho das instituições mediáticas e pela





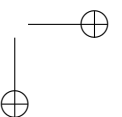
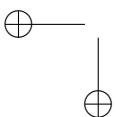
observação dos factores exteriores às organizações mediáticas. A Teoria da Notícia surge assim, também, como uma análise das condições de produção dos enunciados jornalísticos. No seu âmbito surgem diversas teorias que procuram responder à mesma questão: “porque é que as notícias são como são?” Porque ganham determinada configuração em face dos factores descritos e analisados?

4. A Teoria da Notícia procura identificar as ideologias e cultura profissional que orientam grande parte da comunidade profissional jornalística.
5. A Teoria da Notícia defronta as questões relacionadas com o jornalismo como forma de conhecimento. Procura analisar as relações entre o jornalismo e a realidade centradas em torno de noções como as de «objetividade» e afins como sejam imparcialidade, rigor, neutralidade, independência, e outras que se articulam com a ideia central da «verdade» como valor preponderante na profissão jornalística.
6. Um outro aspecto a considerar tem a ver com a Teoria dos Efeitos concebida de um modo que pretende responder à questão: como é que o jornalismo influi na distribuição social do conhecimento? As notícias resultam de um processo de intervenção dos seus produtores na tentativa de conferirem uma imagem coerente da realidade, ao nível dos efeitos cognitivos (Saperas, 1993; Correia, 2000, 2002, 2004; Meditsch, 2002). Tal influência sente-se, mais especificamente, ao nível da configuração da agenda pública, na formação da opinião pública e, consequentemente, no funcionamento do sistema político. A Teoria da Notícia desenvolve grande parte da sua reflexão na análise dos efeitos dos enunciados jornalísticos sobre a sociedade, a esfera pública e o sistema político.
7. Em suma, a Teoria da Notícia é uma abordagem interdisciplinar sobre os enunciados jornalísticos produzidos pelas organizações mediáticas. Inclui as seguintes dimensões e vertentes:
 - a) Estuda os enunciados jornalísticos como géneros discursivos dotados de convenções narrativas e estratégias enunciativas;





- b) Analisa os constrangimentos que influenciam a configuração desses conteúdos, debruça-se sobre as teorias que reflectem sobre esses constrangimentos;
- c) Reflecte sobre o corpo de saberes, procedimentos e ideologias profissionais que orientam a prática jornalística e a produção de enunciados noticiosos;
- d) Investiga as relações que tais enunciados têm com a realidade e intervêm na sua representação. Por isso, investiga os efeitos dos conteúdos noticiosos na percepção da sociedade.







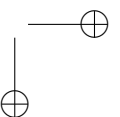
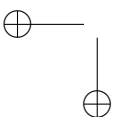
Capítulo 2

O discurso das notícias

2.1 Linguagem e jornalismo

O estudo do discurso demonstrou que as mensagens jornalísticas não são transparentes mas o resultado de uma actividade construída pelos seus falantes. A crença na transparência da linguagem jornalística e na sua capacidade de reflectir a realidade constituiu uma das dificuldades na análise do jornalismo, só contrariada por determinadas abordagens dos estudos linguísticos que tornaram possível a compreensão da natureza discursiva das notícias.

Acredita-se que a faculdade humana de conhecer pode ser colocada pela notícia diante de factos ou de coisas que se sucederam, ou, inversa e complementarmente, que a realidade pode ser trazida diante de nós por meio da notícia. A ideia que sustenta esta pretensão é a de que o conhecimento é especular (no sentido do latim *speculum*, espelho), no sentido de que espelha, reflecte os factos. Assim, a notícia como narrativa deveria levar a termo uma operação mimética ou tautológica. Mimética porque a narrativa nos daria, uma nova presença, uma representação das coisas já havidas ou que se estão passando em outro lugar; tautológica, porque o evento como que se desdobraria, duplicar-se-ia, dar-se-ia uma segunda vez diante do leitor do relato. (Gomes, 2009, p. 13)





A análise da linguagem, quando aplicada ao jornalismo, mostra-nos como as notícias são uma representação simbólica do mundo, construída no seio de um determinado contexto cultural, organizacional e social. É através da linguagem que o sujeito constrói realidades significativas, verificando-se que os acontecimentos não são anteriores à linguagem nem à sua função constitutiva (McQuillan, 2000, p. 7).

Enunciam-se, brevemente, uma série de abordagens diversas que, ao colocarem os *media* e o jornalismo no seu campo de análise, trouxeram consigo contributos essenciais para a sua compreensão. O que resulta destas abordagens é que as notícias são uma representação discursiva do mundo e que os enquadramentos por ela vinculados estabelecem os termos e categorias através dos quais vemos o mundo. Ou seja, os enunciados jornalísticos enfatizam a dimensão produtiva da linguagem e a incapacidade de apenas reflectir a realidade. A análise de discurso e a linguística crítica, a análise de enquadramentos, a análise narratológica e a análise de conteúdo são algumas das perspectivas levadas por diante para a análise do discurso jornalístico. A combinação entre a análise de traços formais da linguagem como o léxico, a sintaxe, a gramática combinada com abordagens influenciadas pela retórica, poética e narratologia deram origem a estudos cada vez mais complexos, cuja complexidade crescia, aliás, à medida que o jornalismo conhecia novos suportes como a televisão, o cabo, o computador e, de uma forma geral, o digital. Pretendemos, assim, referirmo-nos a uma série de abordagens diversas que, colocando o jornalismo e os *media* no seu ângulo de análise, trouxeram contributos importantes para a sua compreensão.

2.2 A notícia como discurso

O rótulo Análise Crítica do Discurso é usado por um significativo número de académicos com um conjunto muito diversificado de problemas num número variado de disciplinas. Várias correntes têm sido desenvolvidas no âmbito das ciências sociais. A disciplina da análise do discurso desenvolveu-se desde meados de 60, sob a influência da Linguística e das Ciências Sociais e Humanas. Apresentou desde logo um conjunto de características que a direccionaram para uma preocupação crescente com os *media* e o jornalismo: a) Não se limitou à gramática formal mas dirigiu a sua atenção no uso natural da linguagem





em situações de interação e de comunicação; b) orientou-se para o estudo de eventos comunicativos mais vastos não se centrando exclusivamente na frase nem na palavra; c) debruçou-se sobre os estudos como práticas sociais que desempenham um papel na reprodução da sociedade como um todo (van Dijk, 2009, p. 192). Hoje são tão variadas as aplicações de estudos no campo da investigação dos *media* quanto ao campo de estudos linguísticos e de estudos da comunicação de massas. Entre os trabalhos desenvolvidos além do de Teun van Dijk, contam-se os de Allan Bell (1991), Roger Fowler (2005/1991), Norman Fairclough (1995), os de Ruth Wodak (Wodak, 1989), além de uma vasta bibliografia influenciada por Michel Pêcheux (1995), Charaudeau e Maingueneau (2004), autores que se localizam mais especificamente na Análise do Discurso do que na Análise Crítica do Discurso.

A análise das notícias proposta por van Dijk propõe estudar a estrutura temática de um discurso, começando por identificar os seus tópicos, também chamados de macro-estruturas. Por razões discursivas, cognitivas e sociais, os tópicos do discurso desempenham um papel fundamental na comunicação. Os tópicos resumem conceptualmente o texto e especificam a sua informação mais importante. Com os temas ou tópicos, responde-se à pergunta sobre o que fala o discurso, conferindo-lhe um significado global. Definidos como macro-estruturas semânticas são justamente designados assim porque lidam com o significado e a referência e não com a forma e o estilo. Os tópicos são o significado global que os utentes da linguagem formam na compreensão e produção do discurso e o “âmago” do que é melhor recordado por eles (van Dijk, 2005, p. 41). No discurso das notícias, o topo desta macro-estrutura é convencionalmente expressa no título e no parágrafo do *lead*.

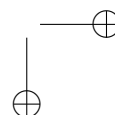
Conjuntamente com a macrosemântica, há também, a necessidade de uma macrosintaxe para caracterizar as formas mais abrangentes de discurso, designadas superestruturas (van Dijk 1988, p. 26). Os tópicos são usualmente organizados segundo um esquema abstracto formado a partir das categorias convencionais que especificam qual a função global dos tópicos no texto. Esse esquema é a superestrutura (van Dijk, 2005, p. 67). As superestruturas sintáticas são padrões e categorias convencionais de organização de um discurso, tal como as diversas formas de abrir ou fechar ou as convenções narrativas específicas de um género. Funcionam como categorias convencionais, frequentemente organizadas hierarquicamente, que conferem ao discurso uma estrutura geral. Seguindo sugestões da poética estrutural, da semiótica e da





linguística pode-se falar de uma gramática narrativa (*story grammar*) constituída por a) um conjunto de categorias características e b) um conjunto de regras de formação e de construção daquilo que se considera ser uma narrativa canónica (van Dijk, 1988, p. 85). Temos um título e um *lead* formando um conjunto (um sumário), os acontecimentos principais, o contexto e a história, as reacções verbais e os comentários. Típico nas histórias das notícias é que estas categorias são expressas ao longo do texto de acordo com determinadas macroregras: em cada categoria, é expressa primeiro a informação mais importante, numa estratégia de cima para baixo que determina a chamada estrutura de relevância do texto. Estas categorias e regras são da ordem sintáctica, justamente porque são convencionais e fixas e existem independentemente dos conteúdos semânticos que possam ser formalmente configurados pelo recurso a esses esquemas. Já que as categorias esquemáticas também definem a ordem (canónica) do discurso desempenham um papel significativo para assinalar a importância e a relevância. Sumários iniciais como cabeçalhos nas notícias da imprensa, por exemplo, podem ter a função crucial de expressar o tópico mais alto na hierarquia da macro-estrutura. Assim, tópicos semanticamente subordinados, isto é, que organizam a informação menos relevante no texto podem ser “elevados” e colocados no título, e vice-versa: um tópico principal pode ser colocado num nível mais baixo do esquema, sendo concretizado na categoria das circunstâncias da notícia da imprensa.

Outro nível de análise estuda os significados locais, a estrutura das proposições, aborda as relações condicionais entre os factos denotados pelas frases e investiga as relações funcionais entre frases e proposições (van Dijk, 2003, p. 206). Uma proposição pode funcionar como uma especificação, uma generalização, uma ilustração ou exemplo ou um contraste no que diz respeito a uma proposição anterior. Adicionalmente, especialmente interessante na análise de discurso é o estudo das muitas formas de significados implícitos ou indirectos tais como as pressuposições, os implícitos e os indirectos, imprecisão e por aí adiante. O pressuposto é uma questão particularmente digna de realce. Num pressuposto, uma proposição A pressupõe uma proposição B, se a verdade de B for uma condição da falsidade ou da verdade de A. Pode-se dizer que definir a pressuposição é por em relevo a possibilidade que se tem de aprisionar o auditor num universo intelectual que ele não escolheu, mas que se apresenta como co-extensivo ao próprio diálogo, e impossível de ser negado,





sem que se esteja implicitamente a recusar o próprio diálogo (van Dijk, 2005, p. 44).

Outro ângulo de análise que se tem em conta é o estudo da sintaxe utilizada. Analisa-se aqui a estrutura proposicional: as acções consideradas positivas ou negativas podem ser atribuídas ou não ao agente. Podem pôr-se em segundo plano aspectos negativos da nossa agência e podem fazer-se atribuições ideologicamente monitorizadas sobre a responsabilidade de actos socialmente negativos ou positivos expressos em formas sintácticas diferentes. Se as acções negativas forem atribuídas directamente ao agente na voz activa a sua responsabilidade intencional é agravada e acentuada. A estrutura sintáctica pode intervir nomeadamente enfatizando a responsabilidade pela acção negativa ou positiva, o que pode ser conseguindo designando-o expressamente, eclipsando-o ou usando eufemismos: “Polícia carrega sobre os manifestantes”, “Contestatórios contidos pela polícia”, “Agentes da autoridade impõem-se: reina a ordem no país”, “Manifestantes contidos por forças de segurança” são exemplos de títulos, alguns improváveis, mas todos eles susceptíveis de serem aplicados ao mesmo evento.

Também a lexicalização constitui um domínio maior da expressão ideológica, funcionando eficazmente ao nível persuasivo. Para fazerem referência às mesmas pessoas, grupos, relações sociais ou assuntos sociais, os falantes ou escritores podem realçar as coisas boas ao topicalizarem significados colectivos, ao usarem elementos lexicais positivos nas descrições e ao fornecerem mais detalhes sobre acções boas e poucos detalhes sobre acções más (através da hipérbole e das metáforas positivas). Aqui normalmente buscam-se palavras que implicam uma avaliação positiva ou negativa de um acontecimento.

A abordagem do estilo também deve ser incluída na abordagem ao discurso aqui proposta. O estilo diz respeito a uma variável do discurso que se altera em função do contexto. É o resultado da escolha feita pelo falante entre diversas variáveis discursivas que podem ser usadas para exprimir o mesmo significado, normalmente em função de elementos que dizem respeito ao contexto em que o discurso vai ser produzido. Essas escolhas estilísticas também têm implicações sociais, porque assinalam frequentemente as posições do repórter sobre os actores e acontecimentos das notícias bem como as características da situação social e comunicativa. Podemos descrever certos eventos como “motins”, “incidentes”, “confrontos”. Muitas destas variações podem dizer respeito ao facto de o discurso a construir provir de um jornal de



referência ou de um jornal popular-sensacionalista do tipo tablóide (van Dijk, 1997, p. 11).

Finalmente, a análise retórica inclui as chamadas figuras de estilo e a análise dos dispositivos persuasivos destinados a captar a atenção, a influenciar a sua mente e a orientar a respectiva acção. O falante utiliza estratégias retóricas para facilitar a armazenagem e a recuperação de informação textual pelo falante ou leitor (van Dijk, 1998, p. 28). Tais estratégias, no caso do discurso noticioso, têm de fortalecer a aparência de verdade e de plausibilidade. As notícias são escritas de uma forma que implica uma pretensão do falante oculto. Logo, têm de fortalecer a natureza factual dos eventos com a descrição directa de eventos em curso; mostrando provas testemunhais directas e citações de fontes credíveis; ou, simplesmente, signos que indiquem a precisão e a exactidão tais como números, nomes, lugares, horas, acontecimentos e citações directas dos envolvidos. O discurso noticioso deve providenciar informação que reflecta atitudes e emoções e apresentar citações directas de opiniões diferentes provenientes de diferentes sectores ideológicos (van Dijk, 1998, pp. 82-85). Existem numerosos desenvolvimentos no estudo do jornalismo ligados à persuasão. A ideia, desde logo implícita na própria noção do jornalismo, é procurar interessar e ganhar uma audiência e, simultaneamente, conquistar a credibilidade que diz respeito à própria tradição da ideologia profissional.

Para além de uma vontade de agradar e de interessar, que é implícita à escrita jornalística que se pretende vibrante, simples, atraente e vigorosa, há uma retórica associada à factualidade. Estas estratégias têm vindo a ser analisadas em diversos contextos, desde a imprensa à televisão. Itzhak Roeh e Saul Feldman (1984), por exemplo, discutiram, num texto clássico, o uso de números nos cabeçalhos dos jornais e o seu contributo para a estruturação da narrativa melodramática, num estudo de análise de discurso. No caso do estudo sobre o “Arrastão” da praia de Carcavelos analisou-se a existência de uma retórica da facticidade exemplificada nos números de protagonistas (cerca de quinhentos), na sua idade (entre doze a vinte anos), a identificação exacta dos locais donde eles vinham, o número exacto de polícias presentes na praia quando os acontecimentos começaram (treze) e também o tempo exacto em que os telefonemas começam a cair na esquadra da polícia (15,00 horas) bem como a localização exacta do bar que se encontrava mais próximo do acontecimento (Correia, 2009, p. 161).

Uma noção fundamental do trabalho crítico sobre o discurso é a noção



de poder, designadamente do poder que é conquistado através do acesso privilegiado a formas específicas de discurso público: os grupos que controlam muito do discurso influente têm mais hipóteses de controlar as mentes e acções dos outros. O poder dos media é geralmente simbólico e persuasivo, no sentido em que estes têm o potencial de controlar, até certo ponto, as mentes dos leitores e dos espectadores, mas não o de controlar directamente as suas acções (van Dijk, 2005, p. 74). Neste sentido, surgem noções como as de “influência” ou “manipulação” ou, de modo teoricamente mais sofisticado, o conceito de “hegemonia”.

Uma das questões fundamentais é a de saber como é que os grupos mais poderosos controlam o discurso público. Distingue-se entre o controlo contextual e o controlo textual do discurso. O contexto é entendido como sendo a estrutura mentalmente representada das estruturas da situação social que são relevantes para a compreensão e compreensão do discurso. Controlar o contexto implica controlar categorias como tempo e o lugar do evento comunicativo e distribuir os papéis e quais os participantes. Trata-se, como é óbvio, de algo que os *media* fazem ao decidir quando publicar e sobre quem incidir o protagonismo mediático.

Igualmente vital para todo o discurso e comunicação é saber quem controla os tópicos (macro-estruturas semânticas), o léxico, a forma e o estilo (van Dijk, 2005, pp. 24-25). O controlo dos tópicos é o que se verifica quando os editores decidem quais os tópicos da notícia que terão mais realce.

2.3 Os estudos de enquadramento

Os enquadramentos (*frames*) são, frequentemente, analisados com o auxílio das analogias dos enquadramentos na imagem (fotográfica, cinematográfica, etc.) ou dos conjuntos matemáticos. Nesse sentido, apresentam-se como dispositivos simultaneamente inclusivos e exclusivos porque ao incluírem certas acções e mensagens, excluem outras. Assim, o enquadramento é um tipo de mensagem que visa ordenar ou organizar a percepção do observador dizendo: “Tenha em conta o que está dentro e não o que está fora”. Deste modo, a definição de *framing* aponta para a existência de um processo graças ao qual determinados elementos são incluídos ou excluídos de uma potencial



mensagem ou da sua interpretação em virtude de princípios organizadores da comunicação.

Esta abordagem tem antecedentes na Teoria da Comunicação com Gregory Bateson e Alfred Schutz. Os enquadramentos foram estudados no campo da sociologia por Erving Goffman como construções mentais que permitem aos seus utilizadores localizar, perceber, identificar e catalogar um número infinito de ocorrências concretas (Goffman, 1986, p. 21). Assim, *frames* são, mais ou menos, elementos básicos que governam os acontecimentos sociais e o nosso envolvimento subjectivo neles (Goffman, 1986, p. 10). São esquemas de interpretação graças aos quais determinados acontecimentos aos quais prestamos atenção são tornados visíveis e organizados. Podem ser definidos como “uma ideia organizadora central que permite a atribuição de significado (Gamson e Mondigliani, 1987 citado por Zelizer, 2004, p. 141) ou como “um *cluster* de ideias que guiam os indivíduos no processamento de informação” (Entman citado por Zelizer, 2004, p. 141). A significação da actividade quotidiana dependeria de um conjunto finito e fechado de regras cujo conhecimento seria uma arma poderosa de compreensão da realidade social. É este conjunto finito e fechado de regras que se designaria por *frame*.

Na vida social surgiriam diversos tipos de enquadramentos que variam em grau de complexidade e organização. Alguns são apresentados como sistemas de regras e postulados enquanto outros se limitam a apresentar uma perspectiva, uma abordagem.

Por outro lado, os enquadramentos (*frames*) de um grupo social em particular constituem um elemento central de uma determinada cultura que permitem compreender como as pessoas concebem as relações sociais, as relações de estatuto e de classe, etc. (Goffman, 1986, p. 27). No caso das nossas sociedades, os enquadramentos desempenham uma função que visa permitir aos seus utilizadores explicarem as ocorrências que se dão a conhecer na vida social, utilizando o conhecimento disponível e previamente estabelecido.

Entman, Matthes e Pellicano (2009, p. 176) consideram que os processos de enquadramento ocorrem a quatro níveis: na cultura, na mente das elites e dos comunicadores políticos profissionais, nos textos e na mente dos cidadãos. A cultura inclui um acervo de *frames* presentes nomeadamente nas variadas formas de discurso público. As elites são compelidas a seleccionar a partir deste *stock*, num processo que transporta em si traços de anteriores processos de enquadramento. O *framing* nos textos mediáticos emerge de



uma rede de profissionais da comunicação que participam num processo colectivo de enquadramento, seleccionando aspectos da realidade percebida e construindo mensagens relacionadas entre si de modo a promoverem uma interpretação específica. Consta-se assim, a existência de *frames* na rede de comunicação que se adequam a *frames* pré-existentes na cultura envolvente. Este fenómeno pode ter-se verificado por exemplo no caso do Arrastão de Caravelos em que a coincidência quase perfeita e instantânea entre televisões e jornais pode explicar-se pela sua coincidência com um *frame* culturalmente estabelecido.

Alguns profissionais da comunicação procedem a um enquadramento estratégico, procurando exercer poder e influências sobre as audiências a fim de que estas aceitem interpretações que favoreçam os seus interesses e objectivos. Isto inclui políticos, alguns *bloggers*, editoriais e líderes de opinião. Outros comunicadores, especialmente jornalistas, procedem a enquadramentos sem compromisso com nenhuma agenda de interesses estrategicamente definida, o que não quer dizer que não reflectam indirectamente a influência dessas agendas.

O que distingue um *frame* de uma mera mensagem persuasiva ou simplesmente de uma asserção? Um *frame* invoca repetidamente os mesmos objectos e características, usando palavra idêntica ou sinónimas (palavras-chave) e símbolos numa série de comunicações similares concentradas no tempo, promovendo uma interpretação de uma situação problemática, frequentemente acompanhada por um julgamento moral que transporta uma carga emocional. Se uma comunicação não exhibe palavras e símbolos repetidos que se relacionam com as associações culturais de muitos cidadãos, não é um *frame* (Entman, Matthes e Pellicano 2009, p. 177).

A abordagem dos *frames* foi aplicada e desenvolvida e desenvolvida por Gitlin (*The Whole Word is Watching You*) e Tuchman (*Making the News*) no campo dos estudos jornalísticos. Aí, genericamente, os *frames* aparecem de forma significativa como elementos cognitivos que estruturam a escolha de quais as partes da realidade que irão ser transformadas em notícia ou assunto público, dando assim origem a estudos no âmbito da Teoria da Notícia e da Ciência Política, ou resultantes da interface entre ambas. Os *frames* como quadros de experiência que desempenham uma função estruturante dos fluxos comunicacionais auxiliam o seu utilizador a localizar, perceber, identificar e classificar um número infinito de ocorrências.

Livros LabCom





Eis alguns exemplos de definições recolhidas por Reese que evidenciam alguns aspectos comuns dos *frames*:

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in communicative text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or recommendation (Entman, 1993 citado por Reese, 2001, p. 10).

A frame is a central organizing idea for a news content that supplies a context and suggests what the issue is through the use of selection: emphasis, exclusion and elaboration (Tankard, Endrickson, Sillberman, Bliss and Ghanen, 1991 citados por Reese, 2001, p. 10).

The basic conceptual and ideological framework through which events are presented and as a result of which they come to be given one dominant/primary meaning rather than another. (Morley, 1976 citados por Reese, 2001, p. 10)

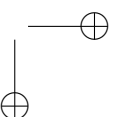
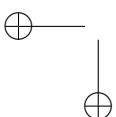
A central organizing idea (...) for making sense of relevant events, suggesting what is at issue (Gamson e Mondigliani citado por Reese, 2003, p. 11)

Frames are organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world (Reese, 2001, p. 11)

De um ponto de vista estritamente jornalístico, um *frame* é, na perspectiva de Entman, Matthes e Pellicano (2009, p. 79), um esquema, uma estrutura de conhecimento que é activada por algum estímulo e que é empregue por um jornalista no decurso da construção de uma história. Tais *frames* são centrais para o trabalho jornalístico e estão relacionados com *scripts* que guiam a selecção dos temas e a construção dos relatos noticiosos.

A pesquisa sobre os *frames* mediáticos seguiu vários percursos.

Nuns casos, centrou-se nas rotinas da profissão listando procedimentos no processo de produção da notícia num telejornal ou num jornal que mostram que os factos que vão ser transformados em notícias não são apenas seleccionados, mas activamente construídos. Considerou-se que a notícia não se limita a representar ou apresentar mas constrói activamente (Tuchman, 1978).



Noutros casos, investigaram-se formas específicas de enquadramento que resultam de práticas jornalísticas específicas como a Imprensa ou a Televisão (Iyengar, 1991).

Noutro tipo de investigações, procedeu-se à relação entre os procedimentos e práticas jornalísticas e a ideologia. Segundo Hall (1993), na construção das notícias os jornalistas mobilizam enquadramentos conhecidos pelo que as notícias já estão praticamente escritas antes dos jornalistas se sentarem nos terminais de computador das redacções e redigirem as suas “peças”. Os limites do debate são estabelecidos pelas elites e são aceites pelos *media* noticiosos porque estão dependentes das consensos formulados no seio das elites e das instituições do capitalismo. Na mesma linha de aproximação entre a análise dos enquadramentos e a crítica ideológica, Reese (2001) propõe que os estudos dos *media* se afastem de uma preocupação estrita com o enivusamento mediático da realidade objectiva para acentuar antes o carácter ideológico das notícias, visível nos seus conteúdos, práticas e relações com a sociedade. Segundo este ponto de vista, a ideologia proporciona o enquadramento através do qual os *media* apresentam os acontecimentos. Foi por exemplo, o que se verificou durante a Administração Reagan, em que os *media* americanos aceitaram a definição de El Salvador como um caso de segurança nacional. Não se tratando de uma identificação entre os conceitos, convém, todavia, salientar que ideologia e *frame* se encontram relacionados em mais do que um aspecto.

Parenti (1986) analisou o facto de os *media* favorecerem a personalidade em detrimento dos assuntos, escolherem o sensacional e o atípico em vez do que é modal e sistémico. Esta é uma escolha consciente feita pela organizações noticiosas para desprover os cidadãos das ferramentas críticas que lhe permitem questionar os consensos produzidos no seio das elites. As campanhas são interpretadas como um jogo em busca da vantagem pessoal, resumindo-se à escolha de uma liderança. A linguagem e a cultura dos *media*, nomeadamente da televisão encorajam as campanhas a serem relatadas como um guerra, um jogo, um drama, mas raramente como um debate racional entre visões alternativas (Fiske, 1987).

Na mesma linha, Yengar (1991) diferencia entre *frames* episódicos e temáticos. Quando uma notícia é enquadrada episodicamente, os temas são construídos em torno de eventos específicos e seus protagonistas. Curiosamente, as experiências levadas a efeito por Yengar demonstram que os espectadores de uma cobertura episódica estão mais propensos atribuir a res-

pensabilidade ao indivíduo pela sua sorte (por exemplo, atribuir a sua pobreza à falta de motivação individual). Por contraste, os espectadores de um enquadramento temático são mais propensos a aceitarem análises que impliquem causas sociais (como por exemplo, atribuir a pobreza a uma conjuntura de factores ou dificuldades) (Yengar, 1991).

Entman (2004) procedeu à diferenciação entre *frames* substantivos e processuais, com os segundos mais focados na avaliação da estratégia política, no plano do que os americanos chamam “corrida de cavalos” e na luta de poder entre as elites do que na natureza substantiva dos assuntos, acontecimentos e actores. Um exemplo de um título e de um *superlead* que reflecte este enquadramento é o seguinte: “Vital à frente de Rangel” titula o Correio da Manhã de 23 de Maio de 2009 que prossegue: O” cabeça de lista do PS às eleições europeias, Vital Moreira, será o grande vencedor da corrida ao Parlamento Europeu”. A notícia refere-se, claro, a uma sondagem, um elemento geralmente considerado extremamente significativo do tipo de enquadramento focado na «corrida» entre candidatos.

Finalmente, há um nível de análise que não pode ignorar as audiências: dois cenários de risco idênticos podem ser avaliados de forma diferente pelas audiências dependendo de eles serem verbalizados em termos de salvar vidas ou causar mortes. Conceitos como os *de counterframing*, isto é *frames* apresentados contra os significados dominantes do texto fizeram recordar que é possível haver disputas acerca do *frame* dominante. Numa linha similar, Pan e Kosicki recorrem às hipóteses de usos e gratificações, nomeadamente a Katz, para questionarem até que ponto não interessa apenas saber o que os *media* fazem as pessoas mas também o uso que as pessoas fazem dos *media* e dos *frames* mediáticos (Reese, 2001, pp. 7-31: pp. 7-8; Pan e Kosicki, 2001, p. 39).

Metodologicamente, há muitos estudos sobre *frame* que preferem a análise qualitativa procedendo a uma abordagem interpretativa dos textos (Downs, 2002). Baseados no paradigma qualitativo, estes estudos baseiam-se, tipicamente, em amostras de pequena dimensão que representam um tema ou acontecimento. Privilegia-se uma abordagem em profundidade com escassa quantificação. A abordagem de Pan e Kosisky (2001) debruça-se sobre a selecção, localização e estrutura de palavras e frases específicas no texto. Os pesquisadores têm de construir uma matriz de dados para cada texto. A ideia é de que as palavras são os tijolos *do/s frames*. Na abordagem assistida por



computador, considera-se que os *frames* estão manifestos em palavras contidas no texto, pelo que se tenta identificar os *frames* examinando o vocabulário específico dos textos. As palavras que tendem a correr conjuntamente nos textos são identificadas pelo computador. Por exemplo, as palavras «ambiente», «ecologia», «ecologista», «verde» indiciam um *frame*. Alguns computadores tentam mais sofisticadamente descobrir relações sintácticas.

Considera-se que a abordagem quantitativa sobre os processos de enquadramento simbólico não impede no seu relacionamento com a dimensão crítica e compreensiva, procurando as palavras-chave e a linguagem comum que nos permitem identificar um *frame*. Entre os elementos que, no plano simbólico e discursivo, na pesquisa sobre um determinado texto, podem ser analisados contam-se: a) manchetes e títulos; b) subtítulos; c) fotografias d) legendas fotográficas; d) *leads*; e) selecção das fontes; f) citações seleccionadas; g) realce das citações; h) identificação gráfica dos artigos caso seja feita uma série sobre um tema; i) estatísticas e gráficos; j) parágrafos conclusivos (Tankard, 2001, p. 101), ou, inclusive, as metáforas e o estilo (Zoch, 2001, pp. 195-205).

2.4 A função mitológica das notícias

Bird e Dardenne (1993) apresentaram a ideia segundo a qual as notícias não são uma mera cobertura objectiva de um facto mas também uma forma de contar histórias que funciona de um modo mitológico.

Com base na antropologia, os autores atribuem uma função coesiva ao mito e ao folclore, considerando que estes podem funcionar como força de conformidade, através da qual os membros de uma comunidade aprendem definições de bem e de mal ou acedem a emoções substitutivas (Bird e Dardenne, 1993, pp. 265-266). Uma função do mito é explicar o que não pode ser facilmente explicado e, assim, contribuir para a consolidação de noções de moralidade e adequação social. Da mesma forma que o mito conforta, as notícias também proporcionam uma sensação de estabilidade e segurança em relação ao mundo exterior.

O enunciado jornalístico dispõe de qualidades míticas porque fornece explicações para fenómenos desviantes ou aterrorizadores construindo explicações aceitáveis, oferecendo tranquilidade e familiaridade em experiências co-



munitárias partilhadas, proporcionando respostas credíveis para questões inquietantes, tornando publicamente aceitáveis e relevantes os conceitos de norma e de desvio, alertando para as consequências punitivas de condutas impróprias. Isto não significa que as notícias individualmente consideradas funcionem como mitos mas, que no decurso do processo comunicativo, as notícias como um todo podem ter um funcionamento mitológico. Recentemente, alguns trabalhos debruçaram-se sobre o papel das notícias como uma espécie de “religião civil”, em que os jornalistas contribuem para estabelecer a convergência pública necessária a momentos ritualísticos, como aconteceu no luto que se sucedeu ao 11 de Setembro. Assim, a história desenvolvida numa série de revistas atingiu as proporções de exéquias colectivas em que milhões de pessoas participaram através dos *media* noticiosos (Kitch, 2000, 2003). Correia e Viseu (2008) construíram uma hipótese semelhante em relação ao telejornalismo brasileiro defendendo a ideia de que o modo como as notícias dos telejornais organizam o mundo procurando dar uma ordem ao caos circundante torna-as um lugar de segurança para as pessoas. Igualmente, estabelecem uma dimensão moral comunitária profunda. Como afirma Motta (2007, p. 166), as fábulas contadas e recontadas pelas notícias diárias revelam os mitos mais profundos que habitam as metanarrativas culturais do noticiário: o crime não compensa, a corrupção tem que ser punida, o trabalho enobrece, etc.

Desta forma, uma parte substancial dos relatos noticiosos viriam na tradição de publicações como os almanaques, reportórios, calendários e prognósticos, que desempenhavam uma importante função social e cultural, compensando a angústia face ao desconhecido e até ao sobrenatural. Por exemplo, no caso de Maddie McCain, analisou-se a existência de elementos facilmente reconhecíveis da narrativa oral e popular: a ameaça sobre o cenário quotidiano familiar traduzida na imagem do raptor, a morte, a presença ameaçadora do eventual pedófilo, o «papão» das «estórias» infantis, ajusta-se a este fundo «arcaico» da narrativa (Correia, 2008).

Para que um acontecimento seja considerado noticiável tem que se ancorar num enquadramento narrativo que seja familiar e reconhecível tanto pelos jornalistas como pelas audiências situadas numa cultura, em particular. O próprio campo dos *media* adquire e bebe a sua legitimidade socorrendo-se de reminiscências. “Os acontecimentos são, desse modo, narrados de formas que invocam esses enquadramentos familiares, estáveis, contribuindo para a esta-



bilidade da própria sociedade” (Gurevitch, Lewy e Roeh, 1991, p. 207). Os relatos jornalísticos surgem, pois, associados ao confronto entre a experimentação do mundo como caos e o seu ordenamento pelos relatos: as histórias são estruturas artificiais que ajudam as pessoas vencer os seus medos e inseguranças. Tornam-se, assim, representativos de uma cultura dada, ajudando a compreender os seus valores e símbolos significantes. Recriam um sentimento de segurança ao promoverem uma certa ordem e ao estabelecerem fronteiras para o comportamento aceitáveis.

Assim, as notícias desempenham um papel cultural análogo ao do mito usando padrões narrativos familiares e recorrentes explicando o que parece novo de um modo que é simultaneamente previsível.

2.5 A notícia como “narrativa”

Muitos autores têm sublinhado a existência de uma dívida das notícias para com outras formas de narrativa popular. Em 1968, Hugues já desenvolvera um estudo pioneiro sobre as histórias de interesse humano, mostrando como certas histórias como “as da criança perdida” são recorrentes actualizadas nas peças noticiosas, arrastando consigo o tema da inocência ameaçada e do «papão». Robert Darnton (1975) desenvolveu também o tema dos arquétipos narrativos nas histórias de interesse humano.

Michael Schudson desenvolveu uma teoria segundo a qual a configuração das notícias emerge das interações com as tradições literárias e culturais de cada país. As notícias são enunciados produzidos de acordo com as necessidades e fórmulas consagradas por uma organização especializada. Porém, são também “estórias” que estão associadas à busca de um sentido de comunidade de pertença e que reflectem a sua contaminação por outras formas simbólicas, provenientes sejam das tradições da cultura escolarizada e canónica sejam da cultura entendida num sentido mais vasto e antropológico (Schudson, 2003, p. 182). O acto de produzir notícias vive indissociavelmente a par com o acto de relatar uma história, negando-se a dicotomia que codifica o estilo narrativo como antitético da produção de notícias (Zalizer, 2004, p. 131).

Desta forma, ao abandonar a noção segundo a qual a notícia é um espelho da realidade, constata-se que a mesma é um dispositivo para dar forma à experiência tal como um poema, um romance, um livro de histórias ou um





conto de fadas. A distinção entre os diversos tipos de notícias pode, segundo Schudson, ser feita a partir da teoria dos géneros:

Como é que o jornal e a notícia são únicos no seu género ou no seu uso dos géneros? Suponhamos que se faz uma simples pergunta baseada na teoria dos géneros de Northropp Frye: a notícia é romance, tragédia, comédia ou sátira? Isto é, trata-se de um género no qual os heróis se erguem do mundo frustrado da experiência para um ideal mais alto e um mundo desejável (comédia); ou um em que todo o movimento se passa num mundo altamente desejável (romance); ou em que há uma descida do mundo ideal para o mundo do desapontamento e da experiência (tragédia); ou em que todo o movimento está no mundo da experiência (sátira ou ironia)? (Schudson, 1988, p. 25)

Neste sentido, estabelece-se um ângulo de análise que ganhou particular força no âmbito da teoria da notícia no qual se acredita mesmo que “a circulação de identidades entre o ficcional e a narrativa de realidade é muito forte no campo jornalístico” (Mendes, 2001, p. 388).

Ou seja, em qualquer produção noticiosa, também temos uma de mobilização de recursos narrativos tradicionais que é mais visível e explorada em torno de emoções e melodramas no jornalismo que privilegia a dimensão sensacional de ocorrências e declarações (Ponte, 2004, p. 46). Assim, “a narratividade é uma das características dominantes do texto jornalístico” e insere-se no âmbito mais alargado da «narrativa factual» que engloba, entre outras, as formas discursivas relacionadas com a história, a biografia e o diário (Mesquita, 2003, p. 13).

Segundo Motta (2007, p. 143), graças aos enunciados narrativos podemos colocar as coisas em relação umas com as outras, numa ordem e numa perspectiva, numa desenrolar lógico e cronológico. A narratividade é a qualidade de descrever algo enunciando uma sucessão de estados de transformação, dotando as acções de sequencialidade e respondendo a uma necessidade da experiência que alguns psicólogos culturais consideram anterior à própria linguagem. Pode-se, pois, falar de um arquétipo ideal comum à narrativa, inclusive a jornalística, do qual existe uma permanente recriação através de narrativas individuais. Nesta aproximação podem convergir vários elementos





de natureza teórica: a pesquisa de Propp sobre as funções, entendidas como acção de um personagem definida do ponto de vista da sua significação no desenrolar da intriga; as análises de Greimas que apontam para a existência de uma matriz estrutural estabelecida em torno de um conjunto de tensões que geram a narrativa; a pesquisa de Todorov de “uma gramática universal da narrativa”; a proposta de Lévi-Strauss de “uma matriz estrutural atemporal” da narrativa mítica; a noção de Jung de um inconsciente colectivo onde se contêm todos os tipos originais de representação simbólica, convergem na existência de um núcleo duro do imaginário humano, numa espécie de fundo comum e inconsciente que gera matrizes comportamentais permanentes a partir do desejo, do saber e do poder (Mendes, 2001, pp. 330-336).

O reconhecimento da notícia como forma narrativa permite, obviamente, a sua análise narratológica. Para Mota (2007, pp. 147-166) podemos distinguir cinco momentos analíticos:

- a) A identificação da serialidade temática e do enquadramento narrativo cronológico através da recorrência do tema nas notícias isoladas, tendo em conta que os acontecimentos são apresentados de forma dispersa e descontínua. Pretende-se aqui proceder a uma recomposição retrospectiva, por parte do analista, do enredo da história. Aí importa identificar os encaixes que permitem estruturar os efeitos de sentido pretendidos: retardamento do desfecho, nexos de causalidade, ritmo da narrativa;
- b) Um segundo momento tem a ver com a identificação dos conflitos, considerados como elemento estruturador de qualquer narrativa, especialmente da narrativa jornalística, na qual a situação inicial é um facto que irrompe, desorganiza, transforma e rompe o equilíbrio. Na identificação dos conflitos, procede-se à identificação de episódios que correspondem às transformações no decorrer da “estória”. Assemelham-se às funções identificadas por Propp e, mais tarde, por Greimas na narrativa literária e constituem um elemento básico da progressão narrativa. No caso, da narrativa jornalística, a história pode começar com um clímax, havendo um conjunto de estratégias correspondentes à analepse (*flashback*) no sentido de proceder a uma constituição semântica do enredo (Motta, 2007, pp. 149-151).
- c) Um terceiro movimento analítico tem a ver com a identificação dos per-





sonagens, os quais adquirem especial importância na notícia, transformando-se no eixo das histórias. Motta (2007, pp. 153-154) explica que, no jornalismo, os personagens têm uma dimensão fáctica mas isso não impede um certo investimento subjectivo do repórter que escolhe quais acções, traços de carácter, características, em suma, quais os elementos que lhe são propostos pelo real que ele vai elaborar.

- d) Um quarto movimento analítico tem a ver com a análise de estratégias comunicativas das quais se destacam as estratégias de objectivação e os efeitos de real e as estratégias de subjectivação e a construção de efeitos poéticos (Motta, 2007, p. 157-159).

As estratégias de objectivação são predominantes no jornalismo, visando fazer com que os leitores/ouvintes interpretem os factos narrados como verdades, como se os factos estivessem a falar por si mesmos. Entre os recursos de linguagem que favorecem este efeito contam-se a ênfase do presente e do instante, a construção da teia de facticidade tão visível na utilização das citações (forma de encobrir a subjectividade e dissimular a mediação), a identificação precisa e sistemática do lugar e do tempo, a utilização de deícticos ou às vezes sua omissão como forma de ocultação do sujeito enunciador, o abundante uso de números e de estatísticas. No caso da citação, é possível pensar duas situações-limite: a ausência de encadeamento entre os dois discursos, existindo apenas uma relação entre discursos autónomos num plano exterior ao enunciado ou a intertextualidade pura que consiste na fusão de dois discursos numa estrutura homogénea (Rebelo, 2000, p. 67). Verificam-se assim duas situações: conservação e delimitação estável do discurso reportado dentro de limites identificáveis ou assimilação e absorção do discurso reportado. No caso específico do jornal, a primeira situação verifica-se na citação e a segunda na intertextualidade.

Ao trabalhar o espaço da intertextualidade, o jornal neutraliza o enunciadador assumindo ele próprio a responsabilidade do dito ou remetendo para o senso comum ou para a evidência. Ao recorrer à citação, o jornal enuncia o que é dito e quem o disse, o que permite a identificação da intencionalidade subjacente ao acto de dizer. Podem-se encontrar, deste modo, transcrições integrais sem referência à fonte ou com referência à fonte. Porém, a referência à fonte, apesar de ser, canonicamente, considerada como mais legítima,





também funciona como estratégia de legitimação do já dito. Ou seja, muitas vezes os factos não passam da transcrição rigorosa de depoimentos oficiais, descartando o jornal de um maior empenho investigativo.

Podem-se também encontrar uma estratégia de amálgama em que o enunciado primário deixa de ser reproduzido na sua forma própria e é substituído pelo enunciado do jornal que impõe o seu vocabulário. São situações em que a assimilação do discurso da fonte faz com que a relação estabelecida entre o enunciado primário e o enunciador portador se aproxime da fronteira que separa a citação da intertextualidade (Hillary diz que quer “união global” contra a Coreia do Norte, I, 22 de Maio de 2010); ou ainda outras situações ainda que o jornal procede à interpretação do dito do enunciador primário (“Manuel Alegre diagnostica nervosismo a Cavaco Silva” in RTP, 25 de Junho de 2010); ou do dito dos enunciadores (“Beira Interior Unida Contra Portagens in “JF” – 24 de Junho de 2010).

Outra estratégia enunciativa concretiza-se através da despersonalização exactamente para assegurar e reafirmar a ideologia jornalística da objectividade. Nalguns livros de estilo de estilo (como sucede nas agências) a despersonalização inclui a ausência de espacialização (não é permitido dizer “aqui” e “ali” porque isso implica um autor que se posiciona espacialmente) e de temporalização (não é permitido em despachos de agência dizer «ontem», «hoje», «agora» porque isso remete para um tempo vivido pelo enunciador que se «apaga»). As técnicas de redacção objectiva também servem para ocultar a presença do narrador/repórter ou, se assim se quiser, do narrador instituição/empresa.

Já as estratégias de subjectivização geram nos leitores efeitos de sentido emocionais e estão visíveis nas escolhas lexicais, no uso de qualificativos e de possessivos, no recurso a substantivos estigmatizados (terroristas, radicais, marginais), nas figuras de estilo, nos implícitos, etc.

- e) Um quinto movimento analítico dirá respeito ao modo e ponto de vista em que a história é narrada, um ponto de vista que não pode ser analisado como uma pura imposição do olhar do narrador mas da existência de uma relação comunicativa entre narrador e narratário em que o texto se torna o nexos de uma actividade interactiva entre os dois interlocutores, em que há lacunas, indeterminações e relações que são preenchidas pelo receptor (Motta, 2007, p. 161-164).



- f) Finalmente, um sexto movimento analítico diz respeito à identificação das metanarrativas e ao significado moral ou simbólico profundo que se encontra por detrás das narrativas, já referidas.

Apesar da importância reconhecida às histórias (“estórias”) no processo noticioso, Bird e Dardenne continuam a achar útil a distinção entre registo e história (“estória”). Assinalando que na narrativa oral africana há lugar para formas de contar mais próximas do registo e formas de contar mais próximas da história, os autores utilizam a palavra “registo” para referirem relatos mais rotineiros, elaborados no estilo conciso e que registam acidentes, crimes pouco importantes, assuntos do governo local e nacional que se inscrevem no dia-a-dia. A diferença entre “registos” e “estórias”, no fundo, corresponderia à distinção canónica entre *hard news* e *soft news*, sendo que as primeiras constituem notícias construídas com um a linguagem seca e factual centradas em eventos discretos, relatados com uma fórmula que remete para a mais estrita imparcialidade. Porém, acrescentam: “Isto não leva a deduzir que «os registos» ao contrário das «estórias», se limitam a registar a realidade, embora isto pareça ser o modo como vieram a ser relatados pelos profissionais da informação. De facto, são um elemento vital no processo mitológico contínuo. Fornecem-nos o pano de fundo de acontecimentos que nos informam que o mundo ainda continua e que as coisas que prezamos ainda têm interesse” (Bird e Dardenne, 1993, p. 269).

Esta distinção tem implicações cuidadosamente assinaladas: as notícias que seguem a forma de «registos» ou de *hard news* seguem, de forma canónica e estrita, o método da pirâmide invertida e o relato sequencial de acordo com a ordem crescente da notícia, respondendo de forma seca e concisa às seis perguntas consideradas essenciais para estruturar uma rede de facticidade. Porém, proporcionam claramente uma leitura orientada e económica que leva os leitores a debruçarem-se sobre o que consideram essencial. Já a “estória” tem de apresentar relações de causa e efeito, a interligação das explicações no sentido narrativo e dispensa o *lead* clássico, pois carece de um certo *suspense* e de uma certa excitação. É escrita sob a forma de uma novela curta com títulos sugestivos. Curiosamente, estas “estórias” parecem suscitar mais interesse e proporcionar uma memorização mais apurada por parte dos leitores. Muitas das vezes correspondem a certos estilos da tradição oral, o que explica o motivo pelo qual certos géneros são preferidos no interior de uma certa co-



munidade. (Bird e Dardenne, 1993, p. 274). Ou seja, há uma gramática do «mostrar» que não coincide com a gramática do «contar».

2.6 Jornalismo: entre saber cognitivo e saber narrativo

A hipótese que passa por muitos destas abordagens assemelha-se a uma distinção, pelo menos analítica, entre uma pragmática do saber narrativo e uma pragmática do saber científico. A narrativa é uma forma de saber ligada ao saber tradicional. O que se transmite com as narrativas é um grupo de regras que constitui o vínculo social.

No saber científico, pressupõe-se que o enunciador diz a verdade acerca do referente. Assim, é referente o que no debate pode servir de matéria de prova, de convicção. Assim, o saber científico a) é predominantemente denotativo e o seu critério de aceitabilidade é o valor de verdade; b) é um saber que se exterioriza de forma institucionalizada; c) só pressupõe a existência de enunciados verificáveis por argumentação e prova; d) supõe a afirmação de algo novo relativo a enunciados anteriores (Lyotard, 1989, p. 55-61). O jornalismo, com as devidas reservas, oscila entre a ambição de cientificidade que se traduz num predomínio da linguagem denotativa e um saber mais ligado à narrativa que se reflecte na proximidade à vida quotidiana. Bird e Dardenne (1993, p. 273) concordam com esta posição: “Os jornalistas encontram-se incomodamente repartidos entre o que eles consideram dois ideais impossíveis – as exigências de «realidade» que consideram alcançável através de estratégias objectivas, e as exigências da narratividade”.

Ao mesmo tempo que nunca perdeu a sua proximidade do saber narrativo, o saber jornalístico traz dentro de si uma ambição de objectividade que pressupõe a hegemonia do uso cognitivo da linguagem e a atribuição do monopólio desta forma de saber a instituições e profissões especializadas. Isto é verdade especialmente para *as hard news*, isto é para as notícias que seguem o estilo canónico da linguagem factual e objectiva. Assim, pode-se considerar que na dimensão axiológica do jornalismo “há uma ideal de focalização externa – objectiva, sem interferência – em particular na separação entre factos e comentários” (Ponte, 2004, p. 28). Afinal, “é esta substituição da garantia divina





pela garantia jornalística que sustenta a crença ingénuia, que tem a idade dos *media* informativos de massa: «é verdade, vem no jornal» (Mendes, 2001).

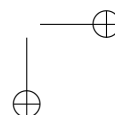
A oscilação entre uma linguagem centrada numa dimensão apelativa da emoção, no relato de uma história “interessante” e uma linguagem marcada pela facticidade não é uma oscilação entre dois pólos mutuamente exclusivos. Faz sentido reconhecer a existência de relatos noticiosos – como a reportagem ou as notícias de “rostro humano” – que são especialmente dominados pela narrativa, pelo interesse e a existência de relatos noticiosos onde a linguagem seca e factual, denotativa e referencial, mais próxima do estilo anglo-saxónico de relatar parece privilegiar predominância de uma pretensão de validade relacionada com a adequação do enunciado ao facto descrito. Porém, tratam-se de “tipos-ideais” por várias razões: a) desde logo, uma publicação meramente denotativa e centrada no uso referencial da linguagem seria, além de impossível, ilegível; b) a necessidade de apelar ao interesse implica o equilíbrio estratégico entre marcas estilísticas típicas de cada um dos géneros; c) as notícias usam estratégias narrativas e mecanismos retóricos de captação de interesse que estão para além da dimensão referencial da linguagem; d) o recurso a uma outra destas formas de relato noticioso não depende do tema mas de escolhas do produtor de notícias, muitas vezes em função de variáveis como o tempo disponível ou os critérios editoriais da publicação.

2.7 Análise de conteúdo

O pressuposto base da análise de conteúdo é o de que se trata de um método eficiente e susceptível de ser repetido que serve para avaliar um grande volume de informação manifesta. As palavras, frases, imagens e sons podem ser reduzidas a categorias baseadas em regras explícitas sobre as quais se farão inferências lógicas (Herscovitz, 2007, p. 125).

A análise de conteúdo é uma metodologia que, na maior parte dos casos, parte sobretudo de uma perspectiva quantitativa, analisando numericamente a frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências em um dado texto, a fim de produzir inferências sobre as respectivas condições de produção (Riffe, Lacy, Fico, 1998, pp. 18 e seguintes).

É frequentemente usada como contraponto à análise do discurso eminentemente qualitativa, embora os desenvolvimentos mais recentes autorizem





uma eventual complementaridade. A análise de conteúdo envolve, assim, a contagem do número de vezes que um fenómeno ou ocorrência – uma palavra, uma frase, uma história ou uma imagem – aparece num texto, classificando cada um deles de acordo com categorias predefinidas. Entre os muitos trabalhos clássicos que originaram a metodologia da análise de conteúdo citam-se análises de propaganda da guerra fria levadas a efeito por Harold Lasswell (*Propaganda Technique in the World War*, 1927; *Política Symbol Analysis*), o trabalho de Bernard Berelson (*The analysis of communication contents*, em conjunto com Paul Lazarsfeld, 1948: *Content Analysis in Communication Research*, 1952) e o trabalho de Wilbur Schram em *One Day in the World's Press* que analisou os prismas ideológicos de 14 grandes jornais internacionais em dois momentos importantes: a invasão da Hungria e a entrada no Egipto de tropas israelitas e europeias durante a Crise do Canal do Suez (Zelizer, 2004, p. 116; Krippendorff, 2004, pp. 5-8).

O método continua a ser acusado por alguns pesquisadores qualitativos de ser superficial por insistir no conteúdo latente e manifesto dos objectos analisados bem como por dar ênfase a simplificações e distorções quantitativas. Parece ser esse o caso de Pamela Shoemaker e Stephen Reese os quais recordam que a redução de uma grande quantidade de textos a uma base de dados não proporciona uma visão completa dos significados e dos códigos contextuais, pois a estrutura dos textos pode enfatizar outros aspectos do que aqueles meramente repetidos (citados por Herscovitz, 2007, p. 125). Como afirma Chibnall (2001, p. 2), a análise de conteúdo dos produtos mediáticos levou frequentemente a conclusões ingénuas e simplistas acerca do valor dos métodos quantitativos e a infundáveis contagens de palavras e de frases muitas vezes infrutíferas. Porém, ao logo dos anos 70 e 80, foi trabalhada pelos *cultural studies* em Glasgow e em Birmingham de um modo que tornou possível a análise de problemas ideológicos sob a influência de nomes como Barthes, Lacan, Foucault, Laclau e Gramsci (van Dijk, 1998, p. 3). Assim, van Dijk considera que é possível fazer aproximações entre a análise de conteúdo, consideravelmente mais quantitativa e a abordagem dos processos de significação típica da análise de discurso. Desta perspectiva resulta que não há uma distinção estreita entre a análise de conteúdo e a análise de discurso. Logo, enfatiza-se a busca pela complementaridade e a integração entre dimensões quantitativas e dimensões qualitativas e, conseqüentemente, entre os conteúdos manifestos e latentes (Herscovitz, 2007, p. 126).

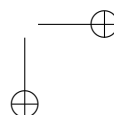
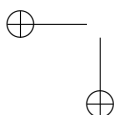
Livros LabCom





Na sequência dos desenvolvimentos verificados nos anos sessenta, há a destacar outros trabalhos de natureza mais crítica como sejam os do Glasgow University Media Group que usou a análise de conteúdo como uma dos seus métodos centrais na identificação dos seus estudos sobre manipulação ideológica no discurso telejornalístico. De forma extremamente simplificada e meramente exemplificativa, na Análise de Conteúdo seguem-se os seguintes passos:

- a) Definição do problema de pesquisa. O pesquisador deve escolher uma hipótese, uma proposição que possa ser confirmada ou infirmada, recorrendo aos procedimentos de análise: “tal como é sugerido pela análise *a priori* do problema e pelo conhecimento que tenho dele, ou como as primeiras leituras me levam a pensar, o estado actual das coisas é . . .” (Badin, 1994, p. 98). Por exemplo, na campanha eleitoral poderia ter-se colocado a questão: “Depois do encerramento do Jornal Nacional da TVI, a liberdade de informação tornou-se um tema fundamental na cobertura noticiosa da campanha eleitoral”. Trata-se de uma hipótese que pode testar-se aferindo qualitativamente a informação e que relaciona critérios de noticiabilidade com quantidades de informação (variáveis). A hipótese pode ser construída para testar teorias (método dedutivo) ou pode construir teorias com base em investigações (método indutivo). Em alternativa à hipótese que tem uma formulação afirmativa, é possível fazer-se uma pergunta que pode ser respondida de acordo com as categorias de análise estabelecidas.
- b) Selecção dos *media* e da amostra. Uma vez que é absolutamente impossível pesquisar todos os *media* relevantes e dada a imensa quantidade de informação que se pode gerar em volta de um tema, é necessário definir o *corpus* dos *media* que serão descritos e analisados (Krippendorff, 2004, p. 84). A técnica de amostragem na análise de conteúdo varia conforme o enfoque metodológico seleccionado. Se se tratar de uma análise qualitativa o termo utilizado é *corpus*, obedecendo a critérios predominantemente conceptuais que dispensam a representatividade. Na análise de conteúdo de dimensões meramente quantitativas, temos que proceder à constituição de uma amostra representativa. A amostragem permite ao analista economizar esforços de pesquisa limitando a observação a um subconjunto de unidades que seja estatística





ou conceptualmente representativa do universo de todas as unidades. Uma das técnicas da sua constituição consiste na selecção aleatória de um determinado número de unidades de entre o universo, como seja o caso de vários jornais publicados num ano de entre todos os jornais publicados esse ano. O método mais simples de amostragem aleatória consiste em sortear aleatoriamente unidades de análise a partir de uma listagem exhaustiva das unidades que integram o universo (Sousa, 2004 – b, p. 51). Numa amostragem aleatória simples, quando temos acesso a todos os elementos que farão parte da amostra pode – se utilizar a técnica mais primária: lançar cara ou coroa o que dá a cada jornal a possibilidade de ser seleccionado. A única questão que terá que ser resguardada é a utilização da margem de erro mínima amostral com a qual se deseja trabalhar e o tamanho mínimo da amostra. Barbeta (citado por Herscovitz, 2007, p. 130) sugere o cálculo da amostra de acordo com a seguinte fórmula: $n = N \times n^{\circ} \div N + n^{\circ}$, sendo N , a população, n a amostra, e n° , uma primeira aproximação para o tamanho da amostra. Por outro lado, esta primeira aproximação n° seria calculada pela fórmula $1 \div E0^2$, sendo $E0 = 0,04$ (para uma erro amostral de 4%).

Pode-se ainda associar aos elementos da população um número através de sorteio ou de tabelas de números aleatórios geradas por computador. O primeiro número é escolhido aleatoriamente e os seguintes são seleccionados a cada 6, 12, ou 18, subindo ou descendo na tabela de números aleatórios.

A amostragem por quotas também conhecida por estratificada ou probabilística consiste na construção de uma amostra de unidades em análise com base nas características do universo criando uma amostra com base num julgamento devidamente justificado ou numa amostra estratificada tendo por referência as datas dos calendários (Sousa, 2004 – b, pp. 51-52). Quando analisássemos a evolução de um jornal impresso, poder-se-ia por exemplo construir uma amostra com base nos jornais publicados de 5 em 5 anos. Como ainda assim nos encontraríamos perante uma imensa quantidade de informação, pode-se então construir uma amostra estratificada mais restrita: seleccionar o jornal da segunda-feira da primeira semana completa do ano; o jornal da terça-feira da segunda semana completa do ano, etc., estratégia chamada de semana artificial que pode ser alargada até ao mês artificial. Pode-se ainda juntar uma amostragem aleatória com uma amostragem estratificada. Outra

Livros LabCom

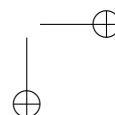




estratégia usada, seja para televisão e rádio seja para jornal, é começar seleccionando aleatoriamente uma data de partida e depois extrair cada dia n depois dessa data (o terceiro, o quarto) dentro do período determinado. Em princípio, não deve coincidir com qualquer ciclo natural como será, no caso dos jornais, sete ou múltiplos de sete por reflectir a variação semanal dos *media*.

- c) Uma questão particularmente sensível é a busca de categorias de análise mutuamente exclusivas que exigem por vezes uma conceptualização exaustiva com recurso a dicionários, literatura especializada, pré-testes e o próprio senso comum. É preciso especificar com precisão estes conceitos estabelecendo indicadores (presença ou ausência de certas características), dimensões (proporção ou extensão de certas características) e atributos (natureza de certas características como sejam curto/longo, masculino/feminino).
- d) Estabelecimento de unidades. Trata-se de proceder à determinação sistemática de segmentos do discurso – imagens, vozes, palavras, frases – que sejam do interesse da análise (Klippendorf, 2004, p. 83). Por exemplo, quando se procede a uma análise do nível de crítica ao governo nas colunas de opinião dos jornais, as unidades de análise podem ser as colunas de opinião. Mas se quisermos entender se a crítica ao governo é formulada maioritariamente pelos colunistas mais experientes ou pelos mais inexperientes, as unidades de análise são os colunistas (Herscovitz, 2007, pp. 128-129).

Entre as várias unidades de registo possíveis contam-se a palavra, a frase, o tema, o parágrafo ou o texto inteiro. A palavra pode ser analisada por computador embora, por vezes, este tipo de processo não consiga abranger todas as dificuldades associada à polissemia, às *nuances* a ela associadas e ao contexto. Uma frase inteira pode tornar-se uma unidade de registo quando o pesquisador está interessado num grupo particular de palavras que podem significar uma referência positiva, negativa ou neutra. O tema é também uma unidade de registo possível. A utilização do parágrafo revela-se portador de algumas dificuldades porque parágrafos isolados aleatoriamente podem não oferecer indicações concretas do sentido do texto. A técnica serve para *leads* de notícias curtas que seguem a pirâmide invertida mas pode proporcionar dificuldades no que respeita a reportagens investigativas e interpretativas que





não seguem uma estrutura convencional. Os textos inteiros são recomendados no caso de manchetes, editoriais, notícias e reportagens curtas para contagem de frequências de categorias de conteúdo manifesto.

2.8 As notícias: abordagem semiológica. Do signo ao discurso

Não é exagerado dizer que a semiologia e a semiótica impulsionaram os primeiros estudos sobre a linguagem do jornalismo. Fundando-se na intuição originária saussuriana da arbitrariedade do signo, muitos académicos desenvolveram uma análise mais ou menos exaustiva dos sistemas de signos postos em jogo na linguagem jornalística. A relevância da semiologia para o jornalismo tornou-se manifesta logo que Roland Barthes lançou uma crítica ideológica da linguagem da cultura de massa (*Mythologies*, 1957), e fez a primeira desmontagem semiológica da linguagem, determinante para os estudos que viriam depois: a linguagem dos *media* franceses durante a guerra da Argélia tornou-se uma espécie de impulso inovador para as práticas de descodificação que vieram a ser praticadas no âmbito destes estudos.

A concepção da linguagem como sistema de signos convencionais e arbitrários (Barthes, 1989, pp. 11-12; Saussure, 1978: pp. 40-41) permitiu uma compreensão diversa do papel da linguagem na estruturação de relações sociais. Gerou percursos diversos no âmbito da análise da notícia mas que convergiram em torno da sua importância simbólica, discursiva e narrativa. Alguns trabalhos de semiótica e de semiologia influenciados por Barthes embora com uma certa atenção às dinâmicas sociais vêm de autores que geralmente se filiam na corrente dos estudos culturais. A semiologia foi directamente inspiradora dos trabalhos do Centro de Estudos Culturais de Birmingham que na colectânea *Culture, media and language* (Hall, Lowe, Hobson e Willis, 1980) desenvolveram intuições de origem semiológica para a análise do posicionamento ideológico dos *media*. Em “Ecoding /Decoding”(2002), através de categorias da semiologia articuladas a uma noção marxista de ideologia, Hall insiste na pluralidade das modalidades de recepção dos programas televisivos. Argumenta, também, que podem ser identificadas três posições hipotéticas de interpretação da mensagem televisiva: uma posição “dominante” ou “preferencial” quando o sentido da mensagem é descodificado segundo



as referências da sua construção; uma posição “negociada” quando o sentido da mensagem entra “em negociação” com as condições particulares dos receptores; e uma posição de “oposição” quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa. Na verdade, os estudos sobre a linguagem foram largamente marcados por uma convergência entre um crescente interesse na ideologia (Hall, 1977; Glasgow University Media Group, 1976), estimulado pela influência de certos autores marxistas como Gramsci bem como pela redescoberta da problematização da linguagem pela semiologia francesa (Barthes) e pela escola culturalista britânica (Hall *et al.*, 1993) (ver a propósito Traquina, 2000, p. 18).

Dois dos trabalhos mais importantes neste domínio foram *Reading Television* de John Fiske e James Hartley e *Understanding the News* de James Hartley. Hartley, nomeadamente, parte da ideia estruturalista segundo a qual um sistema é uma estrutura de elementos relacionados entre si de acordo com determinadas regras. Para o entender, é necessário distinguir os diferentes elementos uns dos outros, e demonstrar como é que eles são seleccionados e combinados de acordo com as regras e convenções que lhe são apropriadas. Aceitando a premissa que o valor dos signos é determinado pela sua relação com outros signos no interior do sistema, a selecção de cada palavra não é determinada pela natureza do referente mas por um processo de selecção e combinação estruturalmente regulado (Hartley, 1991, pp. 15-16).

É impossível falar das notícias como um sistema sógnico autónomo das convenções e características da linguagem (...) Não é o acontecimento que é relatado que determina a forma, conteúdo, significado ou a «verdade» das notícias, mas são antes as notícias que determinam o que é que o evento significa. (Hartley, 1991, p. 15)

Hartley distingue entre sistemas de linguagem e discursos, distinguindo os segundos como diferentes formas de uso tornadas possíveis pela linguagem. O discurso implica o encontro entre sistemas de linguagem e as condições sociais: a sua compreensão exige uma atenção mais próxima às circunstâncias históricas, sociais e culturais da sua produção e consumo. Estudar um discurso específico implica atender à sua função social (Hartley, 1991, p. 6).



Apesar da importância conferida à linguagem como sistema, importa estudar os constrangimentos na análise das notícias como discurso e consequentemente o contexto em que estas funcionam: “As notícias são uma instituição social e um discurso cultural que só existe e ganha significado em relação com outros discursos e significados que operam ao mesmo tempo” (Hartley, 1991, pp. 8-9). A ideia é que os signos não expressam apenas relações entre si nem com o referente mas entre o enunciador e enunciatário (Hartley, 1991, pp. 22; 25). Por isso, qualquer verdadeira interpretação é dialógica por natureza (Hartley, 1991, p. 26). Na actividade quotidiana de produção noticiosa, a potencial abertura dos significados é objecto de um processo de uniformização do significado em detrimento da pluralidade significativa verificando-se, por vezes, a imposição de um processo de “leitura preferencial” (Hartley, 1991, p. 63). Os signos são condicionados pela forma de organização social em que os participantes se envolvem mas também pelas condições imediatas da sua produção. Estas, na perspectiva de Hartley, implicam a atenção à estrutura social de classes e às relações de poder e de dominação que lhe são inerentes. A vida dos signos nesta lógica é também um campo de confronto social e ideológico (Hartley, 1991, p. 74). “Podemos perceber como é que as notícias funcionam, que interesses servem, podemos recorrer a esta compreensão cada vez que vemos ou ouvimos notícias” (Hartley, 1991, p. 9).

2.9 As linguagens do Webjornalismo: um novo corpo de análise com novos desafios teóricos e metodológicos

Um novo corpo de análise consolidou, entretanto, a sua importância nos estudos sobre jornalismo. Referimo-nos ao jornalismo praticado na Web e que tem recebido ora o nome de jornalismo *online*, ora de ciberjornalismo, ou ainda de webjornalismo, designação que ganhou alguma visibilidade em Portugal. A interactividade, a hipertextualidade, a multimedialidade e a personalização do conteúdo são os elementos citadas por Mark Deuze (2005) que caracterizam o potencial do webjornalismo. Essas potencialidades foram também analisadas por Marcos Palácios (Palácios, 2003, pp. 39-54), que refere: a multimedialidade/convergência, interactividade, hipertextualidade, personalização e memória e, ainda, a actualização contínua do material informativo.

Livros LabCom



Essas características vão sendo descobertas aos poucos pelos jornais *online*, embora os autores que trabalham nesta área ressalvem que as novas tecnologias não são integralmente exploradas pelos sítios jornalísticos, seja por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido seja por questões de aceitação do mercado consumidor. São potenciais utilizados de formas variadas com maior ou menor intensidade por cada *médium*.

Para Canavilhas (2008, pp. 7-8) é precisamente no âmbito da linguagem que se faz sentir a diferença entre o que ele designa por *webjornalismo* e as restantes especialidades do jornalismo. Também Canavilhas coincide com os autores citados na identificação das características do *webjornalismo*: a hipertextualidade, isto é a capacidade de estabelecer ligações entre nós de informação através de enlaces (*links*); a multimedialidade entendida como a capacidade que esse discurso *webjornalístico* tem de usar possibilidades tão distintas como o texto, vídeo o áudio e a interactividade, ou seja a capacidade do utilizador de interagir com o conteúdo.

Finalmente, a utilização simultânea dos três factores abre a possibilidade única de que cada utilizador possa fazer uma leitura personalizada da informação disponível chamada de personalização de conteúdo.

A estas quatro características, Palácios (2003 citado por Canavilhas, 2008, p. 53.) acrescenta a memória enquanto capacidade de acumular informação num repositório crescente disponível para todos os utilizadores e a utilização contínua entendida como capacidade de incorporar novas informações à notícia sem uma periodicidade predeterminada. Díaz Noci (2001 citado por Canavilhas, 2008, p. 53) chama-lhe ruptura da periodicidade.

Segundo Canavilhas (2008), estas especificidades colocam uma série de perguntas que não podem deixar de ser entendidas como um plano de estudos com interesse para as diferentes disciplinas que aqui apresentamos como estudos da linguagem jornalística: será o utilizador receptivo a uma leitura não linear? Os enlaces ou *links* devem utilizar-se nos menus ou no texto? Qual é a melhor maneira de assinalar os enlaces: com palavras ou com ícones? Que tipos de conteúdos se devem utilizar? Quando e como devem utilizar-se conteúdos multimédia como o vídeo, o áudio ou a infografia?

Canavilhas (2008, p. 86), através da observação dos percursos dos utilizadores, conclui que a arquitectura base do discurso jornalístico já não é a pirâmide invertida vertical por uma ordem decrescente de importância. A disponibilidade de que dispõe o utilizador para optar por diferentes percursos de

leitura recomenda uma arquitectura em forma de pirâmide deitada tal como se verifica na imagem que reproduzimos com a devida vénia em que cada utilizador a partir de cada elemento evolui de menos para mais informação, seguindo um percurso de acordo com as suas próprias expectativas. O leitor decide como ler a informação e ao jornalista compete redigi-la deixando abertas possíveis rotas de leitura para leitores com diferentes necessidades de informação (um dos paradigmas presentes no livro é, naturalmente, os usos e gratificações).

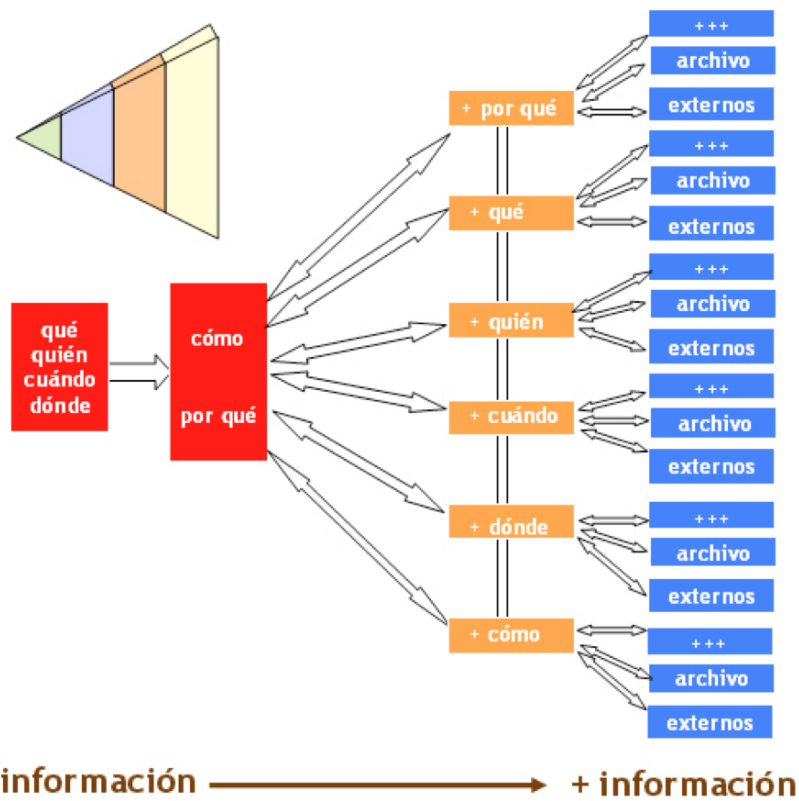


Figura I – Reprodução da hipótese da pirâmide deitada apresentada por João Canavilhas (2008)

Assim, procura-se aqui reposicionar estas questões no âmbito das diferentes disciplinas que seleccionamos para o estudo da linguagem jornalística.

A análise de conteúdo no webjornalismo (Weare e Lin, 2000, p. 18) aponta para a existência de desafios metodológicos que os pesquisadores da comunicação têm que enfrentar, nomeadamente na análise de conteúdo. Todas estas características carregam os pesquisadores com oportunidades e desafios em cada passo da análise de conteúdos: definição de amostras, definição de unidades de análise, desenvolvimento de categorias, codificação e análise.

A definição do tamanho das amostras para a análise de conteúdo dos *sites* noticiosos e a dificuldade em recolher dados *online* encontram-se entre os constrangimentos mais frequentes. A análise de conteúdo enfrenta muitos desafios na mediação do conteúdo hipertextual e interactivo, verificando-se problemas na definição da amostra, no estabelecimento das unidades de análise e na codificação. Os padrões não lineares e personalizados da Web violam algumas premissas da análise de conteúdo tradicional porque os utilizadores da Web podem ler através de histórias e até através de *websites* graças aos enlaces (*links*) Entre os problemas que são apresentados contam-se os seguintes: como identificar as unidades que vão ser usadas para a amostra? Por um lado, a quantidade de informação na NET é enorme e expande-se a um ritmo exponencial. Adicionalmente, a natureza descentralizada do ciberespaço permite a cada utilizador criar várias formas de informação quando e donde quiser. Finalmente o anonimato torna ainda mais difícil avaliar as amostras para conteúdo analítico. Como recolher dados para testes de validade e fiabilidade quando a Web muda rapidamente? Como standardizar as unidades de análise dado os traços multimidiáticos da web? Na prática analistas de conteúdo usam motores de busca *online* e directorias para a constituição das amostras. Todavia, estas tarefas são ainda problemáticas porque os *sites* Web aparecem e desaparecem muitas vezes rapidamente pelo que escolher palavras-chave de pesquisa se pode tornar complicado.

No capítulo da Análise Crítica de Discurso, alguns investigadores (Díaz Noci et al, 2009: 648) propõe-se explorar as categorias conceptuais e o modelo de análise apresentado em *News as discourse* por Van Dijk, e investigam o problema de saber se as estruturas ali definidas (macro e micro estruturas) das notícias permanecem as mesmas e se a construção hipertextual introduziu algum tipo de mudanças. Tentam ainda determinar se estas micro-estruturas e macro-estruturas encontram ou não correspondência nalgumas estruturais tex-

tuais típicas. Para tal pretendem pesquisar os mecanismos de coesão textual e coerência. Quanto à análise da notícia como narrativa, os mesmos autores pretendem analisar jornais *online* tentando determinar que tipo de narratologia e recorrências temáticas estão a ser usadas nas notícias de hoje. Para conseguirem esse objectivo recorrem a uma perspectiva multidisciplinar usando o comparativismo mitológico (Lévi-Strauss, 1958; Ginzburg, 1989; Dumézil, 1970; Nagy, 2006), a análise textual de Ratier, a tematologia (Brunel, Dabé-zies, 1992; Guillén, 1985 e 1989), e a análise do mito nos *media*. (Silverstone, 1981). Propõe-se ainda identificar alguns traços estruturais do hipertexto usando a semiótica (Eco, 1984; Calabrese, 1987; Greimas, 1979; Propp, 1928 c) e a narratologia (Genette, 1982) (todos citados por Diás Noci et al., 2009, p. 650). Os mesmos autores sugerem o recurso a análise estilística incluindo a) a análise da frase, nomeadamente pesquisas na mudança da ordem sintagmática; b) representações semânticas e dispositivos retóricos para o estabelecimento de relações de causa e de consequência entre factos; c) escolha de palavras d) estratégias de introdução do discurso indirecto; e) análise específica da ironia e da metáfora (Diás Noci et al., 2009, p. 651). Sugerem ainda a análise de elementos paratextuais nomeadamente escolhas tipográficas, localização de elementos textuais e paratextuais, títulos, sumários, selecção de cor e, em geral, todos os elementos usados para orientar o acto de leitura e para fornecer recursos que permitam uma interpretação global do discurso.

A análise de *frame* também surge frequentemente referida na literatura disponível sobre a matéria. Por exemplo, existem estudos como sejam Dimitrova, Kayd e Williams (2005) que analisam a cobertura da Guerra do Iraque de 2003 em 246 *websites* internacionais, demonstrando que a cobertura efectuada em países que oficialmente apoiavam a guerra era mais favorável do que em países que oficialmente se lhe opunham. Sook (2008) propôs-se analisar as fronteiras empíricas do enquadramento tomando como exemplo a forma como as eleições presidenciais na Coreia do Sul foram apresentadas em blogs e jornais *online*.

A transposição das metodologias usadas no contexto do jornalismo tradicional para o webjornalismo está longe de ser pacífica. Por exemplo, as macro-estruturas semânticas ou as superestruturas sintácticas – isto é, a forma, como o texto é organizado – são naturalmente interpeladas pela ausência de linearidade e pela hipertextualidade as quais tornam mais difícil definir as regras que orientam a relevância das diferentes partes do texto. Todo o modelo

de *News as Discourse* terá que ser pensado, embora seja possível utilizar o conceito de tópicos ou macro-estruturas semânticas transpondo-o para as várias camadas de um texto com estrutura hipertextual ou estudar a coerência global entre as várias rotas alternativas deixadas pelo jornalista na redacção da webnotícia ou entre os várias mensagens de diferentes tipos que integram um discurso multimediático. Já o conceito de *frame* pela sua dimensão inter-subjectiva e cultural parece oferecer algumas possibilidades no contexto do webjornalismo.

Uma observação de síntese bem sucedida é “Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada” organizada por Marcos Palácios e Javier Díaz Noci, resultante de uma rede de investigação coordenada por estes investigadores. O livro inclui uma proposta de investigação sobre os géneros ciberjornalísticos, incluindo no seu enquadramento à análise de conteúdo, a linguística, a pragmática da comunicação, a análise do discurso (com Charaudeau e Maingueneau como principais referências), a análise crítica do discurso (Van Dijk), a teoria da interacção (Goffman), a análise conversacional, a análise sócio-discursiva (Bakhtin, Adam, Bronckart), a análise sócio-semiótica e a socio-retórica (Miller, Bazerman e Swales) (todos citados por Palácios e Noci, 2007, p. 26).

Na classificação dos géneros e das suas técnicas de construção discursiva, dá-se prioridade à observação empírica da hipertextualidade, como estrutura organizativa de conteúdos, tendo em conta a composição (elemento que incide sobre a relação entre os nós e os enlaces ou *links*) e a estrutura do cibertexto. Os nós são unidades de informação que ficam disponíveis no monitor quando se clica no enlace ou *link*, que permite aceder-lhes. Este nível de análise procura descobrir como nós e enlaces se organizam entre si, desempenhando funções documentais e narrativas. Ao nível da multimedialidade (combinação de texto, imagem, som, infografia, programas auto-executáveis como o Flash ou Java), utiliza-se frequentemente a análise de conteúdo para proceder à avaliação do uso de recursos multimédia. A interactividade e participação são analisadas sob o ponto de vista de vários critérios. Consideram-se, nomeadamente, a interactividade permitida a qual pode ser inclusiva, como acontece no caso do *Open Source Journalism*, ou autoral, isto é, deixando a participação dos utilizadores mas sem permitir a participação na elaboração do conteúdo noticioso. Estudam-se as estruturas utilizadas que podem ser aleatórias, isto é sem conhecimento prévio do destino a que os enlaces conduzem o utilizador; fixas,



quer dizer apenas modificáveis pelo autor; relacionais, ou sejam organizando a informação mostrada ao utilizador de acordo com informação previamente dada por este e contributivas, isto é que permitem aos utilizadores intervir nos conteúdos como nos fóruns. Considera-se o grau de dialogismo que pode ser simétrico ou assimétrico, consoante seja dirigido de um para muitos ou de muitos para muitos. Analisa-se a temporalidade em que a comunicação pode ser síncrona ou assíncrona. Verificam-se as técnicas utilizadas as quais podem ser dialógicas, como sucede no caso do *chat*, do correio electrónico, do fórum e do SMS ou resultantes da personalização, como acontece na busca em base de dados ou na configuração da interface. Finalmente, estuda-se a intervenção do meio que pode ser efectuada com e sem moderador.

Um outro aspecto em que os autores fazem uma recensão prolongada sobre a literatura é, precisamente, sobre a questão da narrativa hipertextual e na definição das bases teóricas e metodológicas para o estudo do hipertexto, em que analisam as várias tipologias dos enlaces ou *links* entre os nós de informação, analisando ainda os contributos das abordagens semiótica (Eco), retórica (Clément, Aarseth, Manovitch), entre outros (citados por Palácios e Noci, 2007, pp. 69-76).

Bird e Dardenne (2009, p. 213) também consideram que as novas tecnologias com a sua incorporação de imagens e a negociação pública de sentidos fornecem perspectivas novas para a análise das qualidades míticas da história jornalística. A recepção e até a produção das notícias hoje implica cada vez mais o envolvimento com outros na negociação do significado e o seu significado cultural emerge cada vez mais na interacção quotidiana. O ambiente digital inclui uma quantidade cada vez mais vasta de pessoas que participam e produzem e não apenas recebem e consomem. Isto muda as definições, conseqüências e interpretações das notícias. Qual é o papel da função mítica da notícia neste ambiente? Keen (2007: 80) afirma precisamente que a emergência do jornalismo amador, *online*, mina a autoridade dos jornalistas para configurar a história, criando um mundo relativista desprovido da narrativa de histórias comuns, da formação de mitos comunitários, do sentido diário de participação na narrativa quotidiana da vida.







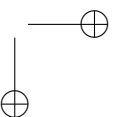
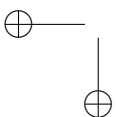
Capítulo 3

A produção social das notícias

3.1 As variáveis condicionantes da acção noticiosa

De onde resultam as notícias? O que está por detrás da actividade noticiosa? A visão ingénua do jornalismo como espelho da realidade imaginou um processo em que os jornalistas, dotados de uma espécie de faro inato, reproduziam nos seus enunciados, acontecimentos naturalmente tidos por relevantes. Porém, não é possível dissociar qualquer produto discursivo da materialidade das estruturas em que é produzido nem é possível contextualizar uma prática discursiva sem examinar as características das organizações e do contexto social em que tal discurso é produzido. As notícias são uma construção social, o resultado da intersecção entre um processo de produção centrado na sala de redacção e o ambiente de trabalho envolvente que define os limites desse processo.

A acção pessoal foi um dos primeiros objecto de análise pelas teorias do jornalismo. Procurou-se determinar o papel desempenhado pelos próprios jornalistas na sua intervenção em escolhas que determinam o que pode ser considerado como noticiável. Recorreu-se deste modo ao conceito de *gatekeeper* desenvolvido por Kurt Lewin. O *gatekeeping* refere-se de uma forma geral ao processo de controlo de informação à medida que esta flui através de um “*gate*” (portão) ou filtro. Este processo é associado com o exercício de diferentes tipos de poder como sejam seleccionar notícias, tomar decisões



relativas ao consumo, filtragem de temas em instituições políticas, mediação de informação especializada, etc.

Na aplicação do *gatekeeper* à teoria da notícia, expressa pela teoria clássica da acção pessoal, tal como foi analisada por Manning White (1993) o processo foi reduzido a uma intervenção subjectiva e mais ou menos arbitrária. O *gatekeeping* é, na sua origem, uma noção que traz em si uma discussão sobre as distorções provocadas pela subjectividade na prática jornalística.

Depois de uma fase inicial que terá conformado uma visão algo ingénua da participação individual dos profissionais, este factor continua presente de um modo mais sofisticado em pesquisas que se debruçam sobre as origens sociais e a formação educacional dos jornalistas.

Um segundo factor que conheceu um desenvolvimento crescente foi a chamada acção social, a qual inclui elementos de natureza muito diversa que resultam do próprio desenvolvimento das Ciências Sociais e das respectivas pesquisas. Numa primeira fase, enfatizaram-se os constrangimentos imanentes aos processos de aprendizagem tal como são interiorizados na sala de redacção. Com a evolução da pesquisa, os estudos de acção social privilegiaram as rotinas e práticas imanentes às organizações noticiosas e ao modo como estas intervêm na construção social da realidade.

Um factor adicional especialmente referido por autores como Michael Schudson diz respeito à acção cultural, no sentido em que a notícia terá que ser entendida numa perspectiva que inclui a forma como se insere nas convenções narrativas, literárias e culturais de uma determinada sociedade.

Naturalmente, um factor central é o factor económico, o qual foi particularmente analisado pela economia política dos *media* na qual se verificaram e continuam ainda hoje a verificar trabalhos relevantes sobre a influência dos mecanismos económicos na análise dos produtos mediáticos, nomeadamente ao nível da publicidade e da concentração de capital.

Outro factor que foi objecto de uma análise exaustiva diz respeito à influência do sistema político no processo noticioso. Verifica-se, neste caso, um manancial importante de bibliografia proveniente da Ciência Política e da Teoria da Notícia que configuraram especial profundidade à análise deste factor.

À análise de cada um destes factores haverá que acrescentar as interacções que se verificam entre eles e que levam, frequentemente, a que autores centrados apenas num ângulo de análise sejam acusados de reducionismo.



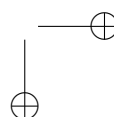
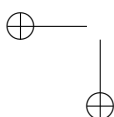
3.2 Factores relacionados com a acção pessoal: do *gatekeeper* à cognição

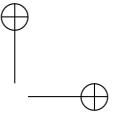
O *gatekeeping* é uma das mais antigas teorias surgidas nas ciências sociais adaptada para a compreensão das notícias. As primeiras tentativas de explicação do motivo pelo qual as notícias obtêm uma dada configuração, correspondendo a uma certa forma de estruturar a realidade diziam respeito à própria acção pessoal dos jornalistas. Os primeiros estudos desenvolvidos de forma sistemática foram apresentados por David Manning White. O termo *gatekeeper* foi cunhado em 1947 por Kurt Lewin em referência ao processo de escolha nas tomadas de decisão relativas ao consumo de bens alimentares e transferiu-se para a análise da produção noticiosa na medida em que esta é concebida por uma sucessão de escolhas processadas ao longo de várias fases, desde a recepção dos *takes* das agências, passando pelo processo de decisão editorial, etc. Em todos estes níveis intervêm decisores chamados *gatekeepers*.

Manning White (1993) procedeu a um estudo de caso sobre as decisões de um editor telegráfico de um jornal do Midwest (*Peoria Star*) e analisou os motivos que o levavam a seleccionar alguns despachos em detrimento de outros tendo concluído pela importância da acção pessoal na selecção das notícias. As justificações do editor indicavam uma mentalidade assente num certo profissionalismo fundado na experiência. As motivações indicadas apresentavam os seguintes traços:

- A busca da diversidade com preferência pelas “«estórias» de rosto humano”
- A assunção de alguns preconceitos aos quais se adicionava a preocupação com os critérios editoriais do jornal;
- A concepção de um público «médio»: nem demasiadamente culto e informado nem totalmente ignorante;
- A preferência pela clareza, curta dimensão e concisão dos relatos embora secundariamente se adicione a preferência por um ponto de vista moral (White, 1993, p. 141-151).

A teoria explicava a selecção com base na noção de *news judgement*: “o faro jornalístico” seria uma capacidade de combinar de forma equilibrada fac-





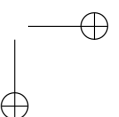
tores muito diferentes White explicou que os sectores ou pessoas que funcionam como "portões" (*gates*) para as notícias dentro de uma redacção são regidos ou por regras imparciais, ou por um grupo no poder, que toma a decisão de "deixar passar" ou rejeitar as notícias. Os repórteres das agências, por exemplo, enviam as notícias aos editores, estes seleccionam aquelas que serão enviadas aos *media* subscritores, onde as notícias serão submetidas a nova escolha dentro da redacção.

As críticas ao trabalho de White insistiram nos seguintes pontos:

- a) Tratava-se de uma abordagem microssociológica que ignorava aspectos estruturais e organizacionais. Centrava-se na dimensão da avaliação individual da noticiabilidade quando o processo de *gatekeeping* é mais vasto, passando pela selecção das informações, codificação das mensagens, difusão e programação (Donohue, Tichenor e Olien, citado por Wolf, 1987, p. 161).
- b) Apesar de não referir explicitamente os constrangimentos organizacionais e burocráticos, estes estavam implícitos nas respostas dadas pelo *gatekeeper*. Trabalhos posteriores vieram demonstrar que as decisões tomadas tinham muito mais em conta o peso da estrutura burocrática formal.

Assim, segundo a maioria da pesquisa mais actualizada, este modelo, na sua origem, teve um enfiamento mecanicista e redutor ao qual estava subjacente uma concepção do processo noticioso como um conjunto de fios condutores que limitam o fluxo noticioso antes de atingir a audiência. Na realidade, o repórter cria novas histórias, seleccionando fragmentos de informação da massa de dados que recebe. Segundo este ponto de vista, em determinadas situações, o processo de selecção dá-se em larga medida num contexto de interacção entre o jornalista e a fonte. Se quisermos perceber os processos de construção dos relatos noticiosos, dever-se-ão identificar os procedimentos que os jornalistas adoptam para a recolha de determinadas histórias e seleccionar determinadas fontes bem como os valores ideológicos e acervos de conhecimento que informarão essa decisão (Schibnall, 2001, pp. 6-7).

Os modelos de *gatekeeping* tornaram-se cada vez mais sofisticados à medida que os teóricos tinham cada vez mais em conta as pressões externas sobre os decisores bem como a influência do sistema que os empregava. Em 1960,



Gieber fez outro estudo de *gatekeeper* sobre os julgamentos e percepções dos envolvidos na transmissão de notícias. Na sua dissertação na Universidade de Wiskosin, Gieber notou que o processo que rodeava o homem que tomava as decisões eram tão ou mais importantes e acrescentou que os *gatekeepers* eram afectados pelas influências organizacionais ignoradas por White.

A mudança fundamental nas teorias iniciais sobre o *gatekeeping* foi a introdução da noção de múltiplos *gatekeepers* que controlam várias funções ao longo do processo. McNelly (1959) focou-se não nos editores mas no repórter como primeiro de múltiplos entre um potencial acontecimento noticioso e a publicação. Uma década e meia mais tarde, Brown (1979, pp. 679) criticou decididamente White por ter esquecido que, segundo Lewin, o *gatekeeper* não tem um poder independente mas antes exerce um poder que é interdependente de pressões de pressões, constrangimentos e regras organizacionais. Dimmick (1974) defendeu a ideia segundo a qual a função de *gatekeeping* se insere na função mais vasta da organização noticiosa de reduzir a dissonância dos processos de decisão e diminuir a ambiguidade acerca da definição do que é notícia.

À medida que se foram aprofundando as possibilidades de intervenção de diversos sectores, a teoria do *gatekeeper* deixou de se restringir a qualquer sector específico do *staff* editorial, passando a apontar para a própria organização noticiosa como principal portão através do qual os itens noticiosos devem passar (Bailey e Lichty, 1972). O conceito expandiu-se e o primeiro *gatekeeper* passou a ser a fonte de onde a história emana, sendo o último o próprio leitor que pode decidir não ser informado sobre qualquer tópico específico seleccionado por outros *gatekeepers* anteriores. O modelo do *gatekeeping* passou a incluir o reconhecimento de um certo nível de tensão dentro da organização noticiosa graças à diferente percepção que vários *gatekeepers* – administração, editores, jornalistas – podem ter dos valores jornalísticos em jogo (Sousa, 2000, p. 46).

A teoria do *gatekeeping* deixou de ser uma hipótese explicativa centrada na escolha individual como o motivo principal que permite a atribuição de noticiabilidade para passar a debruçar-se sobre as causas dos processos de decisão. Tais análises deixaram de incidir no arbítrio individual como motivo para a escolha das notícias em detrimento da análise das causas sociais e culturais que determinam essa escolha.

Paulatinamente, a relativa debilidade em que a teoria do *gatekeeper* se



encontrava nos anos 80 parece ter sido relativamente ultrapassada por uma concepção mais vasta do papel atribuído aos decisores. O *gatekeeping* conheceu uma reformulação e deixou de ser compreendido apenas como um acto de selecção e, muito menos, como a acção poderosa de um único agente isolado.

Alguns estudos recentes sobre *gatekeeping* e sobre a influência de decisores individuais orientaram-se para a realização de pesquisas sobre a influência das mudanças demográficas nas práticas jornalísticas. Bleske (1991) estudou a importância da feminização da profissão, procurando perceber o papel do género na tomada de decisões. Autores como Gant e Dimmick (2000) e Heider (2000) analisaram o papel da raça na produção de notícias e na sua selecção. Como argumento que pode reforçar o interesse relativo destas abordagens, vejam-se os trabalhos de Michael Schudson (2003, p. 46) que admitiu a existência de um tipo de distorção involuntária relacionada com as características e perfis dos jornalistas: por exemplo, jornalistas educados em escolas e Universidades similares, com níveis de conhecimento e educacional relativamente idênticos, frequentando meios sociais relativamente próximos podem apresentar visões idênticas do mundo. Outros estudos foram dirigidos a diferentes *media* e formas de expressão jornalística como a fotografia (Bissell, 2000) e a televisão (Whitney e Becker 1982).

Finalmente, a problemática do *gatekeeper* tornou-se uma corrente de análise do processo de decisão que ultrapassa em muito as intuições originais de Manning White. Teóricos do *gatekeeping* reutilizaram o conceito de campo de Bourdieu para entenderem o modo como as macro-estruturas, as rotinas organizacionais e as práticas jornalísticas rodeiam o agenciamento individual (Benson e Neveu, 2005).

3.3 O factor organizacional

No contexto que se seguiu à elaboração da teoria do *gatekeeping*, surgiu a teoria organizacional. Nesta abordagem, as preferências, os valores e as atitudes individuais são pouco valorizados uma vez que os jornalistas são socializados dentro de um enquadramento organizacional. Logo, esta perspectiva tenta compreender como os esforços dos jornalistas são estrangidos pelas rotinas organizacionais e ocupacionais. Surge assim um conjunto de esforços teóri-



cos, a teoria organizacional, de acordo com a qual “as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar na empresa jornalística” (Traquina, 2002, pp. 84-85).

A chamada análise organizacional foi iniciada por Warren Breed com um estudo famoso: “O controlo social na redacção: uma análise funcional” (1993).

Segundo o texto, em todos os jornais, o *publisher* (proprietário ou seu representante) estabelece a política informativa, a qual é geralmente seguida pelos membros do corpo redactorial. Porém, a aceitação não é automática por três razões: 1) a existência de normas de ética jornalística; 2) o facto de os subordinados tenderem a ter atitudes mais liberais do que o *publisher* e poderem invocar as normas para justificar escritos contra a política editorial; 3) a existência de um tabu que impede o editor de obrigar subordinados a seguir a sua orientação.

Warren Breed constatou que numa amostra de 72 *staffers* entrevistados, 42 tinham opiniões mais liberais do que o seu *publisher*; 27 tinham opiniões semelhantes, e apenas 3 eram mais conservadores. Dos 46 entrevistados com menos de 35 anos, 34 mostraram tendências mais liberais.

A questão que Breed considerou pertinente colocar foi a seguinte “Como é mantida a orientação política apesar de muitas vezes transgredir as normas jornalísticas, de muitas vezes os jornalistas discordarem dela, e de os executivos não poderem legitimamente ordenar que ela seja seguida?” (1993, p. 154). Breed (1993, p. 154) considera que o primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redactor no que respeita às suas normas de trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a sua política editorial. Deste modo, os jornalistas quando são interrogados respondem que aprenderam por «osmose». Em termos sociológicos, isso significa que os canais onde o «neófito» aprende são informais. Passam pela observação de rotinas dos editores no que respeita ao que é evitado e ao que é favorecido. Incluem a conversa informal e a observação de sinais de desacordo ou de aprovação e as reuniões de redacção (1993, p. 156) Dessas reuniões, pode ou não resultar a compreensão através daquilo que é dito e não dito pelos executivos, pois a orientação política não é mencionada expressamente, salvas raras excepções. 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 punições.

Breed encontrou seis factores que intervém na interdição de actos de desvio:

- a) A autoridade institucional e as sanções que podem ser aplicadas até ao despedimento

Sendo o *publisher* o dono do jornal, tem o direito de esperar obediência dos seus empregados e o poder de despedir ou impedir alguém de progredir. No entanto, o jornal não é concebido como uma empresa puramente comercial e os despedimentos são um fenómeno relativamente mais raro. O medo de sanções, mais do que a sua invocação, é uma das razões que levam ao conformismo, mas não é tão forte como possa parecer. Os editores podem, muito simplesmente, ignorar reportagens que poderiam originar desvios ou, ainda, marcar a reportagem a um *staffer* de confiança.

- b) Sentimentos de obrigação e estima para com os seus superiores

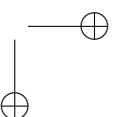
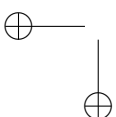
As obrigações e sentimentos calorosos para com os superiores demonstraram ter um papel estratégico no aliciamento para o conformismo. Esta variável muda, no entanto, de jornal para jornal.

- c) Aspirações de mobilidade;

Todos os *staffers* mais novos mostraram desejo de alcançar uma posição de relevo. Lutar contra a orientação política é um obstáculo para a obtenção desse objectivo.

- d) Ausência de grupos de lealdade em conflito: por exemplo, Breed constatou que a *American Newspaper Guild* (uma espécie de equivalente do Sindicato dos Jornalistas) raramente interfere na orientação das empresas.

- e) O prazer da actividade, nomeadamente a natureza amistosa e informal da sala de redacção, o interesse despertado pelas tarefas e as gratificações não financeiras que resultam do estatuto que a instituição mediática tem na comunidade como sejam a convivência com acontecimentos e pessoas interessantes, diversificadas e atraentes;





- f) a notícia como valor, isto é um especial interesse e empenho na missão de obter mais notícias.

Uma consequência da ênfase dada à notícia enquanto valor central é evitar conflitos sobre a orientação política do jornal. As notícias estão sempre em primeiro lugar, e há sempre que as ir procurar. Assim, a harmonia entre *staffers* e executivos é reforçada pelos interesses comuns na busca da notícia.

Este trabalho histórico e inaugural sublinha a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a actividade do jornalista. Solosky (1993, p. 100) assinala: “a natureza organizacional das notícias é determinada pela interacção entre o mecanismo de controlo transorganizacional representado pelo profissionalismo jornalístico e os mecanismos de controlo representado pela política editorial. Em conjunto, estes mecanismos de controlo ajudam a estabelecer as fronteiras do comportamento profissional dos jornalistas.” O mesmo é dizer que para explicar muitas das opções levadas a efeito por estes encontram-se na intersecção entre os seus valores e cultura profissionais e os critérios editoriais.

3.4 O *newsmaking* e as rotinas jornalísticas

A evolução da pesquisa, destacando a influência dos contextos e das interacções desenvolvidas no interior do processo de produção noticiosa, proveio de vários investigadores que tiveram uma influência fundamental através de livros como *Journalism at work* (Tunstall, 1971) *News from Nowhere* (Epstein, 1974), *Making the News* (Tuchman, 1978), *Deciding What's News* (Gans, 1979), *Manufacturing the News* (Fishman, 1980).

Tunstall (1971) desenvolveu um trabalho pioneiro na análise da empresa jornalística britânica e na identificação das suas rotinas industriais. Publicado em 1971 tratava-se do primeiro grande estudo de ciências sociais aplicado ao jornalismo no Reino Unido. Tunstall analisou os objectivos e burocracias das organizações jornalísticas, discutiu as relações entre jornalistas e fontes e os riscos inerentes à burocratização desse processo.

O livro de Gans (1979) identificava as fontes de poder no interior da organização e os incentivos que os jornalistas recebem no sentido de se conformarem com as normas dos grupos e as considerações de natureza prática. Porém, ia mais longe do que a teoria organizacional clássica. Gans não localizava a



construção e configuração da notícia nem no editor nem nos jornalistas mas num processo em que as rotinas e composições organizacionais contribuíam para a produção noticiosa. Tratava-se de descrever o processo pelo qual o fluxo interminável de acontecimentos era moldado de modo a originar uma mercadoria rentável. Os jornalistas deveriam manter uma atitude pragmática evitando a incerteza, mostrando-se flexíveis, racionais e eficientes. Gans acaba por dar passos decisivos para a compreensão da especial forma de autonomia jornalística: “as notícias não são apenas um apoiante cúmplice das elites, do *Establishment* ou da classe dominante; antes, vêm a nação e a sociedade através do seu próprio corpo de valores e de acordo com a sua própria concepção de ordem social” (1979, p. 62).

Epstein (1974) procedeu ao estudo de três canais de televisão negando a metáfora do espelho e fazendo depender as notícias televisivas das rotinas empresariais de selecção e produção.

O estudo das rotinas jornalísticas conheceu um impacto importantíssimo com o trabalho de Gaye Tuchman (1978). Sendo as notícias um método altamente institucionalizado de tornar a informação disponível aos consumidores praticado por profissionais que trabalham em organizações, têm necessariamente de reflectir nas suas escolhas e na sua estrutura as práticas institucionais da profissão. Uma parte fundamental da produção noticiosa assenta nas rotinas produtivas destinadas a produzir notícias. A organização narrativa acaba por reflectir uma espécie de profissionalismo anónimo, onde se inscrevem a marca de procedimentos rotineiros e de fórmulas consagradas e facilmente reconhecíveis. As especializações podem ser ignoradas se necessário. Todos devem ser capazes de fazer o trabalho de qualquer um dos outros, independentemente do facto de cada um deles estar prioritariamente indicado para proceder à cobertura de notícias destinadas a uma certa secção. “Citando alguns repórteres, cada um tem de ser um profissional capaz de cobrir toda e qualquer coisa porque cada um deles pode ser indicado para proceder à cobertura de qualquer assunto em qualquer momento” (Tuchman, 1978, p. 67). Este profissionalismo anónimo pode, aliás, tomar uma dimensão transorganizacional: há investigações que demonstram que o conteúdo das notícias tendem quase sempre a seguir um padrão previsível e que “diferentes organizações se comportam de maneira semelhante quando confrontadas pelos mesmos acontecimentos sob condições equivalentes” (McQuail, 2003, p. 282).

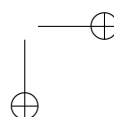
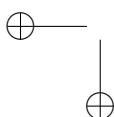
A prática procede ao estabelecimento de um conjunto de procedimentos e



de formatos que implicam o recurso à experiência acumulada para permitir a estabilidade na sua abordagem. As formas de construção da realidade informativa são o resultado de um conjunto de rotinas profissionais e de práticas organizacionais e discursivas que se institucionalizam. As rotinas, enquanto padrões comportamentais estabelecidos, são os procedimentos que, sem grandes sobressaltos ou complicações, asseguram ao jornalista sob a pressão do tempo um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia. Walter Lippman (citado por McQuail, 2003, p. 281) afirmava: “sem estandardização, sem estereótipos, sem juízos de rotina, sem um quase rude desprezo pela subtileza, o editor depressa sucumbiria de excitação”. Uma das mais importantes intuições de Tuchman consistia no facto de considerar que “seria mais produtivo pensar nas notícias não como distorcendo, mas antes reconstituindo a vida quotidiana” (1978, p. 129).

Com *Making the News* surgia um importante filão teórico associado ao tema da “construção social da realidade” na Teoria da Notícia. Por detrás da ideia de “construção social da realidade” estava o trabalho do fenomenólogo austríaco Alfred Schutz (1967, 1975, 1975 – b, 1976, 1995), que vira o seu trabalho divulgado por Berger e Luckmann (1973). A construção social da realidade influenciou directamente Altheide (1976), Tuchman (1978), Schlesinger, 1978), Molotch e Lester (1993) que mais ou menos enfatizam a ideia. Estes autores têm em conjunto o facto de terem introduzido a ideia de “construção social” no estudo das notícias”. Onde antes os relatos noticiosos eram olhados como representações falhadas ou erróneas de uma realidade presumida estes autores compreenderam que todo o relato é resultado de uma organização envolvida num processo produtivo. Nesse sentido inspiraram gerações de estudos que acentuam o modo como a apresentação do conteúdo depende das determinações sociais que envolvem a produção, incluindo as que decorrem do local de trabalho.

Metodologicamente, a grande novidade consistiu na abordagem etnometodológica do estudo do jornalismo, em que os académicos permaneceram durante longos períodos de tempo nas salas de redacção, observando os repórteres. A contribuição desta metodologia é tripla: a) permitiu o reconhecimento da importância do estabelecimento de redes informais entre os jornalistas; b) identificou a importância das rotinas enquanto elemento crucial no processo de produção das notícias e c) serviu de elemento compensatório para as teorias mais deterministas e conspiratórias que atribuíam ao jornalismo um envia-



mento intencional resultante da sua colaboração com as forças sociais dominantes (Traquina, 2000, p 20). Inclusive alguns autores neo-marxistas reconheceriam a importância dos códigos, normas e valores profissionais que dispunham de uma certa autonomia face aos discursos dominantes (Hall, 2002).

3.4.1 As tipificações

Um dos conceitos mais importantes desenvolvidos por Tuchman (1978) foi o conceito de tipificação. A noção de tipificação desenvolvida pela sociofenomenologia encontra-se entre um conceito que de modo mais profícuo e persistente originaram conclusões no campo dos estudos jornalísticos.

O conhecimento do senso comum implica um padrão organizado de rotina apreendido a partir do conhecimento de “receitas” e comportamentos típicos (Schutz, 1975 b, pp. 94-95). Surge assim o conceito de “tipificação” como um modo de classificação em que são tidas em conta certas características básicas para a solução das tarefas práticas que se apresentam aos actores. Schutz refere-se, a propósito, a esquemas interpretativos que são organizados de acordo com as experiências do nosso passado que se apresentam em configurações de sentido do tipo “o que já se sabe” (Schutz, 1967, p. 84). Estas idealizações fornecem quadros típicos que estruturam uma familiaridade típica geral.

Ou seja, em face de cada nova situação, o actor agirá do mesmo modo partindo do princípio de que as coisas se apresentarão idênticas àquelas que se apresentaram da última vez e que, do mesmo modo, os efeitos obtidos por acções idênticas serão, também eles, idênticos.

Em face da fragmentação da experiência quotidiana, o jornalismo desempenha um papel ainda mais importante: à medida que as sociedades modernas ficam mais marcadas pelo pluralismo, mais os *media* têm que atender a um domínio cada vez mais vasto de subsistemas. A organização noticiosa é uma instituição que permite a obtenção, armazenamento e disseminação dos mais variados tipos de informação de centenas, senão milhares de formações sociais e culturais (Ericson, Baranek e Chan, 1987, p. 15).

A tipificação é o reconhecimento de uma situação graças à rotina interiorizada na vida quotidiana e à prescrição de uma receita. Está direccionada para uma generalização baseada na experiência individual, e por conseguinte, para a formação das condições que permitem o estabelecimento de um esquema



de organização cognitivo. Nas grandes organizações burocráticas, ela traduz-se numa anonimização da experiência, a qual perde as suas características singulares a fim de ser configurada numa generalização que se aplica a todos os casos semelhantes.

A tipificação é usada e entendida como uma forma de classificação em que são tidas em conta certas características básicas para a solução das tarefas práticas que se apresentam aos actores. Refere-se a determinadas características relevantes para a solução de problemas práticos encontrados na actividade quotidiana (Tuchman, 1978, p. 50). Tem a ver com o facto de os seres humanos só processarem uma escassa quantidade de informação e, por isso, sob a pressão do tempo, necessitarem de recorrer a esquemas que lhes permitam a produção de um significado objectivo e partilhado.

É a existência da tipificação que permite transcender momentos particulares da acção, auxiliando o jornalista na construção de uma narrativa estandardizada e padronizada pensada de modo a superar os constrangimentos espaciais e temporais e conquistar o agrado por parte das audiências. Ser um jornalista profissional significa ser capaz de utilizar tipificações para invocar técnicas de reportagem adequadas.

Deste modo, mesmo em face de histórias aparentemente imprevisíveis e dotadas de uma carga emocional inesperada, os jornalistas imediatamente recorrem a tipificações tidas por adquiridas a fim de lidar com tais acontecimentos, comparando-os com situações similares no passado. Tuchman invoca mesmo um estudo efectuado pelo Bureau of Applied Social Science Research na Universidade de Columbia no qual, durante entrevistas conduzidas a trabalhadores de cadeias de televisão que participaram na cobertura do assassinato do Presidente Kennedy, estes classificaram este trabalho como “business as usual”. Ou seja, “os valores e normas da profissão estiveram presentes da mesma forma que noutras ocasiões” (Tuchman, 1978, p. 64). No caso dos acontecimentos da Praia de Carcavelos em 10 de Junho de 2005 – independentemente do que se tenha passado efectivamente – o “arrastão” das praias do Rio de Janeiro foi o precedente usado para conferir aos jornalistas uma “história de convergência”. As notícias correspondem desta forma à insistente tentativa de inscrição dos acontecimentos numa certa ordem significativa pré-existente. É, pois, o conjunto de tipificações a que se procede no decurso da actividade profissional que permite ao jornalista agir “como sempre” em





face de circunstâncias idênticas, tipificando a ocorrência com o recurso a um conjunto de conhecimentos pré-adquiridos.

Assim, pode-se falar de um vocabulário de precedentes, uma espécie de acervo de conhecimentos disponíveis adquiridos pela experiência e dirigidos para a prática diária da profissão. Adquire-se, deste modo, um saber de reconhecimento que permite identificar um acontecimento em termos da sua potencial transformação em notícia; um saber de procedimento que recorre à experiência para identificar os passos necessários para o desenvolvimento da história ao nível de questões como sejam a selecção e contacto com as fontes ou os modos de lidar com constrangimentos espaciais e temporais; e um saber de narração, isto é como construir um enunciado nos termos do discurso noticioso. O que os jornalistas observam é mediado pelo vocabulário de recursos simbólicos e esquemas de classificação que eles desenvolvem na sua cultura profissional. O jornalista competente reconhece um acontecimento em termos da sua significação como notícia, sabe como agir ao seleccionar e entrevistar as fontes e produzir um relato considerado competente no âmbito do discurso noticioso. O vocabulário de precedentes, aprendido pela socialização profissional junto de colegas, editores e fontes é um depósito de conhecimentos que os jornalistas têm como disponível para agirem e relatarem acontecimentos. O facto de apenas estar disponível através da experiência e da transmissão oral, e não através de manuais, é a chave para percebermos porque os jornalistas enfatizam a componente mais intuitiva e menos analítica e sistemática do seu trabalho, algo que é notório no conceito de “faro para as notícias” (Ericson, Baranek e Chan, 1987, pp. 133; 135).

3.4.2 Riscos das rotinas e tipificações

O repórter é uma pessoa integrada numa organização com objectivos, estruturas e procedimentos standardizados que muitas vezes limitam e restringem a discricionariedade de que os repórteres dispõem enquanto profissionais individuais (Goldenberg citado por Tuchman, 1978, p. 134). Um dos problemas das rotinas jornalísticas é o facto de induzirem os jornalistas a apenas se debruçarem sobre ocorrências consideradas importantes pelas crenças e expectativas partilhadas na estrutura de relevâncias dominante. Esta atitude pode originar fenómenos como sejam a formulação de predições inexactas; a distorção ou simplificação arbitrária dos acontecimentos com a generalização de





estereótipos; o exercício de constrangimentos sobre a criatividade individual dos jornalistas e a burocratização da profissão. A burocratização pode passar por pormenores como o recurso a fontes costumeiras geralmente acessíveis; a dependência de canais de rotina que geram, por sua vez, uma maior estratificação no acesso aos *media* e aumentam os riscos da manipulação; a generalização do recurso à notícia de agência e, finalmente, a criação de uma lógica de relacionamento preferencial com fontes institucionais a qual se reforça pelo receio de interrupção das desejadas informações, aumentando a uniformidade dos produtos informativos e contrariando a diversidade e o pluralismo.

3.5 As relações com as fontes

. Consideram-se fontes de informação todos os agentes sociais dispostos a colaborar com os jornalistas no fornecimento de material informativo considerado de interesse pelos jornalistas. As fontes (Gomis, 1991, p. 59) são grupos, são instituições sociais, ou são vestígios – discursos, documentos, dados – por aqueles deixados ou construídos. Todavia reflectem sempre relações de poder e interesses de grupos sociais.

Existem várias teorias que fizeram da análise das fontes o foco principal da sua atenção. Leon Sigal (1973) criou uma tipologia das fontes de informação que passa pela existência de três categorias: fontes de rotina, que resultam da agenda pré-determinada pela organização, pelos promotores de eventos e pelas agências de informação; os canais informais, que incluem as informações disponibilizadas pelas fontes de informação em circunstâncias que transcendem a rotinas dos jornalistas e das organizações; e fontes de iniciativa, que resultam dos pedidos de informação e de entrevista dos próprios jornalistas. Alguns dos problemas atrás referidos implicam o equilíbrio entre os vários tipos de fontes: se não é possível descurar determinadas fontes de rotina, a dependência em relação às mesmas tem que ser equilibrada pelas fontes informais e pelas fontes de iniciativa sob pena de se cair num oficialismo monótono.

Um dos conceitos mais trabalhados na definição das fontes que incide na problemática da rotina e da burocratização é o de *primary e secondary definers*, de Stuart Hall. Segundo este ponto de vista, as mais rotineiras estruturas de produção acabam por reproduzir as definições da realidade produzidas pe-



los mais poderosos e privilegiados, sem, todavia, estarem ao seu serviço num sentido simplista.

Os jornalistas não podem criar as notícias autonomamente, ou melhor a partir do nada. Logo estão dependentes de materiais específicos fornecidas por fontes institucionais regulares e credíveis que originem um volume útil de material regular que esteja disponível quando precisam dele.

Por outro lado, as afirmações dos *media* têm de ser fundamentadas em fontes dignas de crédito: fontes do Estado (desde parlamentares a governantes), fontes que representam interesses organizados (centrais patronais e sindicais) e o recurso a peritos. Esta dependência conduz a uma situação em que muitas vezes se recorre a fontes que suscitam aceitação social por representarem as visões do mundo consensuais e dominantes. Estes factores combinam-se para gerarem uma acesso exagerado aos *media* por parte dos que detêm uma posição institucional. Estes porta-vozes institucionais acabam por estabelecer a definição primária do tema em questão (Hall, Critcher, Jefferson, Clarke e Roberts, 1993, p. 230).

Apesar dos esforços da fonte no estabelecimento de canais de rotina e na criação de disponibilidade dos jornalistas em relação a fontes burocratizadas, persiste uma autonomia por parte destes que depende das esferas de liberdade existente na própria cultura da organização e da cotação interna dos jornalistas. O processo de relacionamento com as fontes decorre num ambiente de conflito, negociação e cooperação, graças à diversidade de motivações pragmáticas entre fontes e jornalistas (Santos, 1997).

Uma das teorias mais divulgadas é o trabalho de Molotch e Lester. Estes autores (1993, p. 34 e seguintes) consideram que as actividades quotidianas de constituição de acontecimentos são orientadas por interesses pragmáticos. “(...) O que está «realmente a acontecer» é aquilo a que as pessoas prestam atenção” (Molotch e Lester, 1993: 35). As pessoas vêem, destacam e isolam determinadas porções da realidade em função do interesse desses elementos para os fins que prosseguem. Graças à diversidade de experiências biográficas, estatutos, culturas e origens sociais, existem visões conflituais e contraditórias seja quanto à relevância relativa seja quanto à selecção e interpretação das ocorrências. Motivações contraditórias originam relatos contraditórios.

Há três tipos de agentes que são recenseados como participantes nos acontecimentos: os promotores de notícias (*news promoters*) que tornam visível aos olhos de outros uma determinada ocorrência; os *news assemblers*, pro-



fissionais do campo jornalístico que trabalham a partir dos materiais fornecidos pelos promotores que transformam um conjunto finito de ocorrências em acontecimentos públicos; e os consumidores de notícias (*news consumers*) que criam uma percepção do tempo público a partir das notícias veiculadas pelos órgãos de informação.

O primeiro tipo de agentes é motivado por interesses pragmáticos na promoção de certas ocorrências. Porém, independentemente da promoção efectiva e empenhada de um acontecimento tal como é protagonizada por um profissional de relações públicas, há uma outra forma de promoção que se articula com a dimensão interpretativa e perceptiva que acompanha a própria ocorrência: as operações militares no Iraque são acompanhadas de um-o-que-é-que-dirão-as-pessoas e de um que-sentido-faz-tudo-isto que lhe é inerente (Molotch e Letster, 1993, p. 39). De certa forma, pode-se dizer que toda a ocorrência intencional tem uma dimensão que apela ao seu reconhecimento, pois, na perspectiva destes autores, fazer e promover fazem parte do mesmo processo.

Por sua vez, os jornalistas seleccionam as ocorrências que são especialmente interessantes ou especiais para serem relatadas. Aparecem assim leituras conflituais dos acontecimentos que são pragmaticamente motivadas. As rotinas organizacionais e o profissionalismo dos jornalistas podem entrar em conflitualidade com os promotores que procuram condicionar a importância, o significado e a interpretação do acontecimento. Será, então, possível re-censurar atitudes mais grosseiras (discursos ameaçadores, boicotes de publicidade, acções litigiosas contra os difusores) ou mais subtis (prémios, fugas de informação estrategicamente geridas) as quais se traduzem num combate pela hegemonia na definição cultural, isto é no poder de atribuir significados aos acontecimentos. Finalmente, os consumidores de notícia percebem o mundo e negociam percepções do mundo mas não dispõem de uma base institucional para difundir as suas posições.

Este tipo de abordagem implica uma tipologia dos acontecimentos públicos.

Desde logo, há os acontecimentos de rotina que se distinguem pela sua intencionalidade e pelo facto de os agentes que protagonizam os acontecimentos serem os mesmos que os promovem: ao agirem dão conhecer o que fizeram e qual o motivo porque o fizeram, por vezes através de especialistas ou de eventos especialmente preparados para isso, como acontece no caso da





conferência de imprensa. Porém, se este exemplo é particularmente óbvio, a verdade é que todos os dias são levadas a efeito um número considerável de actividades tendo em vista a criação de acontecimentos de rotina. Com efeito, aqueles que pretendem gerar acontecimentos públicos através da promoção de ocorrência dispõem de formas diversas de acesso aos jornalistas.

Os acontecimentos de rotina podem transformar-se em notícia através de três subtípos de rotina diferenciados pelo acesso aos *media*:

- a) Acesso habitual, que resulta do facto indesmentível que há um conjunto de figuras que, pelo lugar que ocupam, dizem coisas importantes e noticiáveis.
- b) Acesso disruptivo, em que os protagonistas procuram através da agitação, do choque e da manifestação pública, perturbar algumas rotinas dos promotores e dos difusores de notícias.
- c) Finalmente, o acesso directo, em que os difusores podem, eles próprios, originar notícias. Este último caso não se trata de manipulação. Pense-se, antes, naquela situação em que o jornalista, por sua iniciativa, perante um conjunto de dados reconhece a existência de um elemento comum que permite a sua valorização noticiosa: por exemplo, a leitura de uma série de estatísticas permite-lhe noticiar a existência de um fenómeno social (uma doença, um tipo de crime, a criminalidade em geral) que merece ser realçada. Este último tipo de acesso pode, no limite, conduzir a situações (algumas formas de sensacionalismo ou de jornalismo mais interventivo) em que se coloca a questão de saber se os jornalistas se devem envolver na promoção de ocorrências. Recentemente, alguns autores têm dado particularmente atenção a este tipo de situação no jornalismo assistido por computador.

Além dos acontecimentos de rotina, existem os acidentes. Estes distinguem-se pelo facto de as pessoas se empenharem numa actividade intencional de que resultam acontecimentos não pretendidos e que são, promovidos como acontecimentos públicos por outros. O facto de a promoção dos acidentes ser bastante distribuída – há fugas de petróleo mais conhecidas do que outras, desastres ecológicos que dispõem de maior cobertura noticiosa – demonstra que





a noticiabilidade não reside apenas nas próprias características dos acontecimentos.

Um terceiro tipo de acontecimentos refere-se aos escândalos, os quais implicam uma ocorrência que se torna um acontecimento através da actividade intencional de indivíduos (designados por “informadores”) que discordam das estratégias de produção dos acontecimentos levadas a efeito pelos protagonistas das ocorrências. Tal como um acontecimento de rotina, há uma intencionalidade e há uma promoção do acontecimento: só que a promoção de acontecimento não é efectuada por aqueles que protagonizaram a ocorrência. Há líderes políticos que não pagam os impostos mas não esperam ver esse assunto abordado nos jornais. A descoberta de torturas sobre prisioneiros militares no Iraque são um exemplo recente. No 11 de Março em Espanha, há uma nítida discordância em relação à estratégia de produção dos acontecimentos nomeadamente quanto à escassa relevância atribuída às chamadas «pistas árabes». Watergate transformou-se em escândalo quando se tornou claro que o Presidente pretendia ocultar o seu conhecimento de práticas ilegais. A revelação das fotografias de Abu-Ghraib tem todas as características de um escândalo tal como a revelação recente de 92 mil documentos sobre a Guerra do Afeganistão pela organização WikiLeaks.

Finalmente, pode referir-se a existência de um quarto tipo de acontecimento chamado *serendipity*: uma ocorrência não planeada que é promovida pelo executor (*effector*) da mesma. Acontece quando, por exemplo, um protagonista se envolve num determinado acto não previsto (neste caso, parece estarmos diante de um acidente) e verifica, posteriormente, que o mesmo desperta um elevado grau de aprovação social e pública. Ao aperceber-se da aprovação recebida, o protagonista promove a ocorrência desejada tal como se faz com um acontecimento de rotina (Molotch e Lester, 1993, pp. 42 – 49). A vitimização de um político após uma agressão pode ser um exemplo desta situação.

Denis McQuail (2003, p. 284) sublinha a importância dos contactos pessoais com indivíduos próximos de círculos do poder, em qualquer tipo de trabalho dos *media* que envolva atenção à realidade social corrente. Nomeadamente, refere estudos que enunciam a existência de uma notável concentração de um número pequeno de indivíduos relacionados entre si cujos pontos de vista são usados para validar notícias. Recorre a vários estudos (Gans, 1979) para sugerir que as fontes melhor sucedidas em ganhar acesso aos *me-*



dia noticiosos são as mais poderosas, com bons meios e organizadas de modo a fornecerem aos jornalistas o tipo de material que estes desejam. Tais fontes são, em simultâneo, consideradas autorizadas e eficientes e gozam de acesso habitual aos *media*, no sentido atrás referido por Molotch e Lester.

Mais recentemente, Brian McNair (1998, p. 147-150) estabelece a seguinte tipologia de fontes: segundo a natureza, fontes pessoais ou documentais; públicas ou privadas; segundo a duração, fontes episódicas ou permanentes; segundo o âmbito geográfico, fontes locais, nacionais ou internacionais; segundo o grau de envolvimento nos factos: oculares / primárias ou indirectas / secundárias; segundo a atitude face ao jornalista, fontes activas (espontâneas, ávidas) ou passivas (abertas, resistentes); segundo o estatuto de visibilidade exigido, fontes assumidas ou fontes confidenciais; segundo a metodologia ou a estratégia de actuação, fontes pro-activas ou reactivas, preventivas ou defensivas.

Manuel Pinto (2000) prefere uma abordagem em que em lugar de construir uma tipologia de fontes, procede a um recenseamento de problemas que resultam da relação entre jornalistas e fontes. Entre os tópicos que enuncia como problemáticos contam-se as fugas de informação, o recurso às fontes anónimas ou aos disfarces para obtenção de informação; a instituição e prática do *off the record* e do embargo; o recurso aos rumores e boatos; a realização e mediação das sondagens; o direito dos jornalistas à protecção das suas fontes de informação; as implicações da informação-espectáculo, dos pseudo-eventos e o recurso cada vez mais frequente ao directo em rádio e televisão (Pinto, 2000, p. 279-280).

Segundo mesmo pesquisador (Pinto, 2000, p. 280), os objectivos das fontes e dos repórteres não são coincidentes. As fontes procuram todos ou, pelo menos, alguns dos seguintes objectivos:

1. A visibilidade e atenção dos *media*;
2. A marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção colectiva;
3. A angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços;
4. A prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios;
5. A neutralização de interesses de concorrentes ou adversários;



6. A criação de uma imagem pública positiva.

Pelo seu lado, os jornalistas pretendem:

1. A obtenção de informação inédita;
2. A confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes;
3. A dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias;
4. O lançamento de ideias e debates;
5. O fornecimento de avaliações e recomendações de peritos;
6. A atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações directamente recolhidas pelo repórter.

3.5.1 Profissionalização das fontes

Um dos problemas contemporâneos das relações com as fontes é a sua profissionalização. Cada vez mais se verifica a presença de fontes que são especialmente treinadas para comunicarem com eficiência com a imprensa e que geralmente colaboram com pessoas (ex: personalidades ou políticos) ou organismos (por organizações públicas, privadas ou não-governamentais). Num processo referido como “revolução nas fontes” regista-se que, nas últimas décadas, com particular acuidade se constituíram campos de saber, instituições diversificadas e uma variedade de profissionais cuja função consiste precisamente em posicionarem-se como fontes estrategicamente colocadas na órbita dos *media* com o objectivo expressos de tornarem-se fontes privilegiadas desses mesmos *media*. Referimo-nos às diversas formas de comunicação institucional, de assessorias de comunicação, de gabinetes de imprensa, de conselheiros de imagem, de porta-vozes e adidos (Pinto, 2000, p. 282).

Um dos elementos activos neste processo centra-se na emergência dos *spin-doctors*, cujo objectivo explicitado é o controlo da informação publicada. Estrela Serrano (2010, pp. 91-98) refere estudos, nomeadamente em Portugal, que apontam para o facto de que o principal indício da presença ou influência do *spin doctors* é a existência de notícias políticas sem menção da fonte.





Nomeadamente, estudos da Entidade Reguladora da Comunicação Social, através da análise de conteúdo dos blocos informativos dos 3 canais generalistas, demonstram que as fontes oriundas da área política nacional são a principal fonte de informação dos três blocos informativos, verificando-se ainda que a informação não atribuída, que não menciona explicitamente qualquer fonte de informação, é também saliente no conjunto dos três canais.

No que respeita à imprensa, os estudos citados pela investigadora sobre a cobertura de campanhas presidenciais de 1976 a 2001, num total de sete actos eleitorais, mostram que os *staffs* das candidaturas (sem identificação em concreto) são a fonte mais frequente em todo o período analisado, chegando a ultrapassar 50%. Tendência idêntica é mostrada em dois diários e dois semanários – *Diário de Notícias*, *Público*, *Expresso e Sol*. Os dados apontam para um volume significativo de fontes não atribuídas na cobertura da política, indiciador da presença de *spin doctors*, e, por outro, para um jornalismo político muito dependente de fontes oficiais com capacidade para marcarem a agenda jornalística em período eleitoral e fora dele.

3.6 Factores de natureza económica

O jornalismo vive sob o imperativo duplo do factor económico e do cumprimento da sua função pública. Por isso, o campo jornalístico conquistou uma autonomia destinado a manter a sua liberdade face ao poder económico que se expressa em normativos como a cláusula de consciência e as leis contra a concentração económica no campo dos *media*.

O jornalismo industrial e de massa está, desde o seu início no século passado, ligado ao mercado. A concepção da notícia como mercadoria não é, pois, uma novidade dos nossos dias. O campo jornalístico constitui-se nesse período em torno de uma imprensa voltada para o sensacionalismo e de uma imprensa mais virada para a informação e os comentários. Estas duas direcções subsistiram e desenvolveram-se nos *media*, expressando-se na oposição entre o pólo comercial, mais virado para a satisfação das exigências do mercado, e o pólo cultural, centrado em imperativos profissionais e deontológicos (Correia, 1997, p. 25). Com feitos, os alertas para a comercialização das notícias são quase tão velhos como a prática de ganhar dinheiro com as notícias. Na América, estiveram desde o início presente nos trabalhos de Lippman,





Ross, Park, Upton Sinclair entre muitos outros. Na Europa, é uma preocupação visível nos textos de Weber e Tönnies já referenciados. Por outro lado, esteve presente em toda a reflexão marxista e neo-marxista sobre os *media* através de Gramsci, da Escola de Frankfurt, dos estudos culturais britânicos e de Pierre Bourdieu. Nos anos 70, surgiu a corrente chamada economia política dos *media*, partilhada por autores como Peter Golding e Graham Murdoch (1974, 1982), Nicholas Garnhan (1990) e James Curran (2004). Nos anos 90 McChesney (1999) descreveu duas tendências contraditórias nos *media*: o tamanho crescente e o aumento da influência pública dos conglomerados mediáticos e o declínio da participação política.

Como se expressa este confronto entre os campos de produção jornalística e a expansão das lógicas do campo económico? Um primeiro eixo de oposição encontra-se no peso das lógicas comerciais que pode expressar – se em vários indicadores:

- a) Informação orientada para as audiências (*fait-divers*, desporto) e informação destinada a angariar publicidade em detrimento de outras rubricas menos atraentes comercial e publicitariamente,
- b) Orientação editorial comercial que antecipe e mimetize o mercado e as modas;
- c) Procura de uma margem de lucro máxima e
- d) Peso das receitas publicitárias.

A este jornalismo de mercado opõem-se naturalmente as publicações que procuram preservar a autonomia do campo da informação.

Um segundo eixo de oposição pode traduzir-se precisamente na busca de um distanciamento em relação às fontes, pois este tipo de distanciamento supõe investimentos contrários ao objectivo de maximização do lucro: redacções estáveis e de grande dimensão, serviços de documentação autónomos e orçamento para a investigação. Além disso, requer uma rede de informadores em várias áreas, único meio de evitar a publicação inconsciente, imprudente ou resignada de artigos que a eficácia das fontes institucionais transforma numa espécie de «publi-reportagens» (Neveau, 2005, pp. 50-51).

Dois factores económicos evidentes são a publicidade e a propriedade. Porém, embora seja claro que o conteúdo dos *media* reflecte sempre o interesse

Livros LabCom



dos que financiam a imprensa, há no entanto um espaço de autonomia para os comunicadores pagos pelos proprietários dos *media*, verificando-se uma grande diversidade de situações no que respeita ao grau e tipo de dependência (McQuail, 2003, p. 261).

Apesar da narrativa que geralmente associa a formação de um jornalismo independente ao aparecimento da publicidade, já se verificou que a publicidade, frequentemente, conseguiu exercer formas de constrangimento oculto. A publicidade, ao contrário do que frequentemente se pensa, não é apenas determinada pela circulação ou pelas audiências mas pela estrutura dos rendimentos que integram a audiência. “O desenho, a distribuição, o planeamento e a agenda dos *media* reflectem com frequência os interesses dos anunciantes” (McQuail, 2003, p. 263).

O segundo grande factor económico é a estrutura da propriedade, a qual tem vindo a alterar-se radicalmente no sentido de uma enorme quantidade de fusões (Schudson, 2003, p. 120). Desde os anos 80 que se acentua a reentrada em cena dos grandes grupos económicos, gerando uma grande actividade financeira traduzida por fusões, aquisições e cruzamentos de acções. A questão foi analisada minuciosamente do ponto de vista das consequências da concentração de capital na gestão das organizações mediáticas e, por conseguinte, da sua repercussão editorial. Determinou-se que, no caso dos jornais, as pressões económicas significavam menos espaço para as notícias; menos recursos humanos em termos de jornalistas, especialmente correspondentes; menos disponibilidade para reunir material adicional que permita contextualizar os factos (Golding e Murdock, 1979).

Finalmente, há que reparar que as novas alterações estruturais da indústria mediática conduziram ao grande aumento do custo de produção, devido à necessidade de reconversão tecnológica; necessidade de grandes investimentos na área do *marketing*, promoção e publicidade, segmentação da oferta e instauração de uma concorrência feroz (Correia, 1997, p. 70). Verificam-se, na área da informação, necessidades crescentes de integração multimédia em outros sectores das indústrias culturais para potenciar as possibilidades de promoção recíproca e induzir retornos rápidos do investimento. A questão que se levanta na integração em grandes cadeias e conglomerados tem a ver com o efeito que a necessidade de retorno de investimento tem sobre o jornalismo praticado. Quanto mais lucro a firma exige, menos dinheiro disponível existirá para ser dispendido em jornalistas e cobertura noticiosa e mais delegações

serão encerradas. Este tipo de políticas traduz-se ao nível jornalístico numa alteração dos géneros noticiosos, com um aumento da percentagem de *soft news* e de *infotainment*. Um relatório da autoria de Thomas Patterson, Professor de Harvard, demonstra que estes géneros noticiosos aumentaram bastante nas últimas décadas. As notícias que não tenham por referente um conteúdo público aumentaram de menos de 35% de todas as histórias publicadas nas principais cadeias televisivas americanas para mais de 50%. No mesmo universo, peças com um grau moderado ou elevado de sensacionalismo cresceram desde cerca de 25% nos anos 80 para cerca de 40%. Peças que incluam interesse humano também aumentaram de importância, passando de cerca de 11% nos anos 80 para mais de 26% dos relatos noticiosos actuais. As peças que dizem respeito a crime ou a desastre, cresceram de 8% para 15%. (Gans, 2003, pp. 21, 23, 28 e seguintes). Se tivermos em conta que esta tendência se verificou nas cadeias americanas já de si assentes no modelo comercial de televisão, e, se tivermos em conta a relativa juventude do modelo concorrencial de Televisão em Portugal compreendemos que esta alteração seja ainda mais consistente e acentuada no caso português. A título de exemplo, veja-se o caso relativamente recente de Maddie McCann sobre o qual na Televisão portuguesa, no decurso do mês de Maio de 2007, foram produzidas 747 peças, num total de 41 horas, 43 minutos e 7 segundos, divididos pelo canal público RTP e pelos canais privados SIC e TVI da seguinte forma: RTP, 216 peças, 11: 27'': 11'; SIC, 284 peças, num total de 18: 40'': 02' e TVI, 247 peças ao longo de 11: 35'': 45'.

Torna-se interessante verificar algumas das consequências que resultam dos fenómenos de abertura total ao mercado. Barata-Moura (citado por Correia, 1997, p. 48) alerta para a mercantilização da publicidade que significa submeter a esfera pública da transmissão, do encontro e do debate à forma mercantil capitalista mobilizada para a obtenção do lucro e para a mercadorização dos produtos culturais o que significa reduzi-los, tendencialmente em exclusivo, para a forma de mercadoria. Estes fenómenos conduzem a uma oferta padronizada e homogeneizada, que atende às necessidades de uma criação de produtos que satisfaçam expectativas maioritárias. Graças a esta tendência, informação, publicidade e entretenimento fundem-se num único objecto.

Estes riscos não são objecto de referência apenas por parte da teoria crítica e das abordagens neo-marxistas. Thomas Patterson alerta para os perigos de



concentração: a informação passou a ser determinada pelo mercado, onde as notícias são vistas pelos seus produtores, não como um bem público, mas como uma mercadoria produzida mais para atrair os anunciantes do que para servir o público (Patterson, 2002, p. 30).

3.7 Factores políticos

Há números factores políticos que podem condicionar a produção jornalística. Desde logo, podem-se indicar factores estruturais como sejam a natureza mais ou menos monolítica e dirigista do sistema político ou a natureza mais ou menos activa do exercício da cidadania por parte da sociedade civil. Há elementos exercidos pelo Estado que incluem desde as medidas coercivas a formas de regulamentação que continuam a estar presentes também nos regimes democráticos. Por outro lado, o próprio jornalismo pode estar mais ou menos comprometido, em termos de cultura política, com as dinâmicas democratizantes da sociedade civil e da esfera pública.

Por maiores que sejam as debilidades hoje reconhecidas ao trabalho, o livro *The Four Theories of The Press* (1956) de Sielbert, Schramm e Petersom ainda pode ser referido como um marco histórico da análise das relações entre a imprensa e a política. O livro refere-se à teoria autoritária para descrever alguns séculos de controlo da imprensa por vários regimes repressivos. A teoria comunista soviética é descrita como atribuindo aos jornais o reforço e a disseminação do marxismo e consequentemente, o reforço do papel do partido comunista na luta por uma sociedade sem classes. A teoria liberal é, em larga medida, identificada com o modelo americano e é apresentada sob o ponto de vista da auto-regulação. Quanto à teoria da responsabilidade pressupõe deveres das instituições de comunicação para com a sociedade (*truth, accuracy, objectivity, and balance*).

Um livro importante na análise histórica da relação entre Jornalismo e política é *Strukturwandel der Öffentlichkeit (Mudança Estrutural da Esfera Pública* 1984). Habermas evidencia as transformações sociais que conduziram à constituição de um espaço público intermediário entre a esfera política, domínio do Estado e as necessidades da sociedade civil. Em contraste com a publicidade representativa do período medieval em que a nobreza reinante e o seu poder eram apresentadas perante a população, a nova esfera pública ofere-





cia a possibilidade dos cidadãos se empenharem na discussão do exercício do poder pelo Estado. As pessoas privadas, usando a sua razão crítica, reúnem-se para criar um público. Entre as instituições que desempenham um carácter estratégico na instituição da esfera pública, destaca-se a Imprensa que, neste período, assume funções ligadas aos interesses defensivos (em face do poder do Estado) das camadas burguesas, ou sejam funções não meramente informativas mas críticas e pedagógicas. A segunda parte do livro de Habermas consiste, porém, na análise da decadência da função crítica da Imprensa. Ao longo da segunda metade do século XIX, a imprensa surge marcada por uma sôfrega vontade de conquistar o gosto popular. Esta esfera pública aparentemente ampliada perde o seu carácter político à medida que os meios para a acessibilidade psicológica se tornam uma finalidade em si mesmos em função de uma posição consumista (Habermas, 1982, p. 91). Os assuntos políticos, económicos e sociais, as causas mobilizadoras são substituídas pelos *fait divers*, pelas notícias de rosto humano, eventos sociais, acidentes, corrupção, entretenimento. Presentemente, as teses habermasianas do papel da imprensa iluminista no dialogismo do espaço público conheceu um desenvolvimento fundamental e uma espécie de segunda vida com o jornalismo público.

Uma abordagem merecedora do maior interesse diz respeito às dinâmicas introduzidas entre *media*, sistema político e audiências por Blumer e Gurevitch (1995, p. 11-24). Os autores assumem, claramente, uma perspectiva sistémica e apontam para a existência de um sistema de comunicação política em que a variação verificada em cada um dos componentes deveria ser associada com a variação do comportamento de todos os restantes componentes.

Uma das linhas de análise perseguida por Blumer e Gurevitch é a de encontrar articulações entre os papéis desempenhados pela audiência, as orientações dos políticos e as orientações dos profissionais da comunicação. Assim, a) ao papel de partidário empenhado do lado da audiência, corresponde um papel de orientação editorial pelo pessoal dos *media* e um papel de «gladiador» do lado dos políticos; b) o papel de cidadão liberal do lado da audiência corresponde o papel de moderador no que diz respeito aos trabalhadores dos *media* e de persuasor racional por parte dos políticos; c) o papel de monitor pelo lado da audiência seria complementado pelo papel *de watchdog* pelos jornalistas e de fornecedor de informação pelo lado dos políticos; e d) o papel de espectador, do lado da audiência, seria complementado pelo de *entertainer* pelo pessoal dos *media* e de actor (*performer*) pelo lado dos políticos. Os sis-



temas onde se verifique uma larga influência dos partidos na orientação dos *media*, prevalecerá a primeira situação: os sistemas com amplo liberalismo político tenderão a fazer prevalecer o segundo; nos casos em que se verifica uma regulamentação orientada pelos princípios da responsabilidade social, provavelmente, verificar-se-á a terceira situação enquanto onde a orientação comercial dos *media* prevalecer haverá condições para se detectar a quarta possibilidade.

Um importante estudo sobre a função política do jornalismo é o modelo de propaganda apresentado por Noam Chomsky e Edward S. Herman.

Para Chomsky e Herman, os meios de comunicação actuam como sistema de transmissão de mensagens e símbolos para o cidadão médio. A sua função principal é inculcar nos indivíduos os valores, crenças e códigos de comportamento que os farão integrar-se nas estruturas institucionais de uma sociedade caracterizada por profundas desigualdades (Chomsky e Herman, 1990, p. 21).

Os meios de comunicação participam na geração da propaganda pelas elites corporativas e governamentais que constituem, de facto, um governo mundial. A premissa básica é a de a informação (nomeadamente, o seu controlo, selecção e emissão) ser, mais do que nunca, poder. Nas democracias capitalistas contemporâneas a aliança do poder económico, político e mediático originam propaganda de modo mais subtil do que nos regimes totalitários, usando inclusivamente conceitos como os de liberdade informativa e independência dos *media*. Porém, por detrás destes mitos, o trabalho dos *media* baseia-se em cinco filtros:

O primeiro filtro funda-se na concentração empresarial do mercado de *media*.

O segundo filtro baseia-se no beneplácito da publicidade. Chomsky e Herman não concordam com a narrativa liberal que confere à publicidade um papel na autonomia do jornalismo (1990, p. 43). Os anunciantes apoiam programas que não ponham em causa a ideologia corporativa dominante e “raramente patrocinarão programas que abordem sérias críticas às actividades empresariais” (Chomsky e Herman, 1990, p. 48).

O terceiro filtro reside no facto de os meios de comunicação funcionarem com informação gerada pelo governo, as administrações públicas, as instituições burocráticas e as corporações.

O quarto filtro baseia-se sobre as críticas aos conteúdos dos meios de co-



municação, na tentativa de calar qualquer informação ou emissão que suponha um atentado contra os seus interesses.

O quinto filtro – hoje relativamente irrelevante – baseia-se no anticomunismo como meio de controlo ideológico.

Durante os anos 70, desenvolveram-se os chamados estudos de parcialidade, assentes em larga medida numa ideia de distorção e manipulação da opinião pública: Cirino (1970); Efrom (1971); Lowry, (1971).

Um elemento adicional de explicação que nos parece colher algum interesse para a análise do desenvolvimento da esfera de visibilidade política é a abordagem de Brian McNair (2006) que fala da transição de um paradigma do controlo – de que são exemplo todo um conjunto de abordagens críticas que vêm a cultura mediática como um aparato monstruoso que exerce um domínio sobre e pessoas iludidas e manipuladas – para um paradigma do caos marcado pela fragmentação, pela aceleração da mudança, pela segmentação das mensagens, das plataformas e dos conteúdos, pela descentralização, pela orientação no sentido da procura e erupção das diferenças, pelo desenvolvimento não linear dos sistemas de comunicação.

O paradigma do controlo enfatiza a importância da estrutura e da hierarquia na manutenção de uma ordem social injusta. Assenta numa ideia de determinismo económico, onde as elites dominantes estendem o seu controlo desde os recursos económicos aos aparelhos culturais dos *media*, incluindo os meios de propaganda e de relações públicas, conduzindo a resultados previstos como o enviduamento mediático favorável às elites, a formação de uma ideologia dominante e a manipulação. Por contraste, o paradigma do caos reconhece o desejo de controlo por parte das elites mas sugere que o exercício do controlo é constantemente interrompido por imprevisíveis erupções e bifurcações emergindo do impacto de factores políticos, culturais, económicos e tecnológicos no processo comunicacional. Assim, verifica-se mais a disputa ideológica do que a hegemonia; a volatilidade crescente das agendas noticiosas, a emergência de frequentes mensagens críticas no sistema mediático conduzindo até à sua comercialização em circuitos de distribuição *mainstream*, a multiplicação de pretensões de validade conflituais oriundas de minorias e de movimentos sociais que obtêm alguma recepção mediática ainda que contraditória nas suas configurações, a multiplicação de *media* com pontos de vista diferentes e contraditórios, a expansão de formas alternativas de expressão como a blogosfera, a segmentação proporcionada pelas novas plataformas

Livros LabCom





disponibilizadas pelas novas TICs (jornalismo móvel, redes sociais, etc.) em suma, a erosão das condições de controlo por efeito da concorrência no seio dos *media*, o reforço do escrutínio sobre as elites e sobre os próprios *media*, a diversificação e descentralização da produção mediática (McNair, 2008, pp. vi; xiv; 4; 37; 124).

As tentativas de controlo exercidas pelas elites políticas confrontam-se com a lógica fragmentada e pluralista dos *mass media* – detectada pelo paradigma do caos – a qual impede a formação de uma lógica unilateral, unidimensional e propagandística. Apesar das tentativas de explicação unilateral da relação entre os *media* e a política como o modelo de propaganda de Chomsky, os *media* encontram-se numa posição ambígua e reflectem as profundas contradições no seio do campo: jogos de poder, imperativos concorrenciais cada vez mais agressivos, desejo de responder às audiências, fragmentação do mercado, imperativos deontológicos, segmentação de audiências, cultura profissional e disputas simbólicas entre fontes dotadas de acesso desigual entram em jogo.

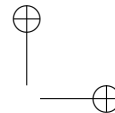
Parece-nos útil referir uma tipologia recente do pesquisador brasileiro Wilson Gomes (2004, p. 50 e seguintes) que teoriza três estádios das relações entre os meios e a política.

O 1º estádio teria correspondido à imprensa de opinião associada a um espaço público que foi conhecendo uma expansão crescente. É o momento associado em larga medida à imprensa romântica de opinião;

O 2º estádio resultaria da identificação dos meios de comunicação social como instrumentos de produção de efeitos junto da opinião pública, de que o exemplo limite é a propaganda. No caso português, o exemplo mais óbvio terá sido neste caso a utilização da Rádio e da Televisão pela Ditadura.

Finalmente, encontramos-nos num 3º estádio em que não podemos falar de apenas de meios de comunicação mas de ambientes comunicacionais: a autonomização dos meios como indústrias de informação e da cultura faz com que o campo dos *media* siga uma autonomia crescente com a adopção de lógicas próprias e de certa forma auto-referenciais. Os novos sectores industriais são mais do que simples instrumentos de mediação entre a esfera política e a sociedade. Afirmam-se como uma instituição social com regras de funcionamento, valores específicos, hierarquias próprias, e com princípios e valores imanentes que se tornam prioritários sobre princípios e exigências de outras esferas.





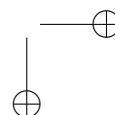
Para além de determinações sistémicas e estruturais podem registar-se factores conjunturais que resultam da evolução da situação política e do surgimento de conflitos internos externos que podem originar situações que condicionam a margem de manobra dos profissionais da imprensa. As situações de guerra são, por exemplo, propícias a um ambiente de cerceamento das liberdades públicas, nomeadamente a liberdade de informação. A criação de uma ideologia nacionalista, uma situação de conflito ou a detecção de uma ameaça interna ou externa podem levar as populações, os Governos, os políticos e os próprios *media* a tornarem-se adversários de um noticiário rigoroso (Guerra do Golfo, 11 de Setembro, conflito na Irlanda do Norte). Por vezes, as mais nobres intenções podem envolver os jornalistas na exaltação de uma causa de um modo que afecta os contornos do profissionalismo (Miller, 1993, p. 75).

3.8 Factores de natureza cultural

Para autores como Michael Schudson, Carey, Bird e Dardenne ou Burgelin, os factores culturais influenciam a configuração das notícias. Designadamente, tal tese vai de encontro à abordagem culturalista e antropológica segundo a qual as notícias são um artefacto produzido por instituições que, mesmo involuntariamente, se apoia e faz uso de padrões culturais pré-existente para produzir sentido (Sousa, 2000, p. 41). As rotinas dos jornalistas não são apenas sociais, decorrentes das relações entre fontes, entre repórteres e editores, mas são também literárias, emergem de interações com convenções literárias (Ponte, 2004, p. 26). Isso é visível, por exemplo, na proximidade do jornalismo (pelo menos, na origem do seu período moderno) com o realismo literário e no uso das suas técnicas para a construção da ilusão referencial (Ponte, 2004, p. 26-31).

Segundo esta formulação teórica, ao produzir programas noticiosos nos jornais e na televisão, os jornalistas contam “estórias” obedecendo a certas fórmulas. A escrita noticiosa é governada por padrões narrativos impostos, não apenas por necessidade orgânica ou propósitos ideológicos, mas por tradições narrativas.

Um dos elementos de discussão actual reside na natureza da narrativa do jornalismo *online*. Tendencialmente, a questão não será o estilo claro, curto e conciso.. O que se altera são as características hipermediáticas, hipertextuais e





interactivas que o meio disponibiliza. O problema num universo hipertextual é continuar a garantir a coesão da narrativa, criando estruturas que se adaptem às necessidades do leitor, ajudando-o a formar um mapa conceptual, amenizando a dispersão e evidenciando o começo e o final da narrativa, proporcionando referências que o orientem no labirinto hipertextual através de nós e laços interessantes. Ou seja a noção chave continua a ser a de coerência. Em que medida, as convenções narrativas dominantes funcionarão como um elemento determinante da evolução do jornalismo que se pratica no ambiente digital?

3.9 As teorias das notícias: uma síntese

Tendo preferido proceder à arrumação desta problemática em torno dos diferentes factores que contribuem para a produção social das notícias é possível, todavia, identificar algumas abordagens teóricas fundamentais aqui resumidas depois de lhes termos aludido ao longo do capítulo que aqui termina. São corpos teóricos que procuram responder à questão «porque as notícias são como são»? Isto é, porque ganham determinadas formas e configurações e escolhem determinados conteúdos.

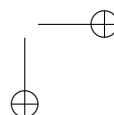
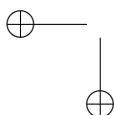
- a) A teoria do espelho corresponde à definição de uma teoria operacional dada por McQuail. Tratar-se-ia da ideologia dominante na fundação do campo jornalístico moderno e parte do pressuposto essencial que a natureza, características e conteúdos das notícias são determinados pela realidade que se limitam a reflectir. De acordo com esta perspectiva, os jornalistas não passam de simples mediadores entre a realidade representada e a notícia. Mais do que uma teoria científica reflecte um ponto de vista que sobressai, essencialmente, como um elemento legitimador da função social dos jornalistas e que se exprime em concepções empiristas centradas em torno de uma visão ingénua da objectividade como pura adequação entre os enunciados jornalísticos e os acontecimentos representados. Há um conceito central nesta teoria, segundo a qual o jornalista é um comunicador desinteressado, isto é sem interesses específicos a defender (Traquina, 2002, p. 74). Esta teoria surge com o novo jornalismo, baseado na separação entre factos e opiniões, de acordo com o modelo que se desenvolve no século XIX, com o novo paradigma das notícias como informação e do jornalista como observador.





Reforça-se com o papel das agências noticiosas no ambiente positivista do século XIX, e com o papel legitimador da objectividade jornalística, nos anos 20 e 30 do século XX, como elemento de definição da profissão em face da influência crescente de comunicadores interessados como sejam os agentes de Relações Públicas (Traquina, 2002).

- b) A teoria da acção pessoal destaca os elementos subjectivos e pessoais da selecção das notícias, sendo o *gatekeeper* a sua expressão mais conhecida. Na sua origem, é uma teoria que aborda apenas uma análise microsociológica, que ignora quaisquer factores macrosociológicos (relativos à estrutura social e à interacção com realidades sociais mais vastas) e até alguns elementos microsociológicos relativos à organização da empresa. Na sua versão minimalista inicial reflecte uma abordagem quase absolutamente centrada na psicologia individual (Traquina: 2002, p. 79). Porém, importa estar atento aos novos desenvolvimentos no contexto de análises mais sofisticadas. Hoje, a insistência nas potencialidades da teoria é algo paradoxal, pois o refinamento das teses do *gatekeeping* acaba por ter implícita a recepção de um conjunto de factores que ultrapassam largamente o conceito de White. Hoje, abrange um conjunto amplo de reflexões sobre a mediação jornalística.
- c) A teoria organizacional vê essencialmente a notícia como um produto da organização e dos seus constrangimentos. Os seus estudos mais importantes estão claramente inseridos no corpo de pesquisa que se debruça sobre a produção das notícias (*newsmaking*). Insere o jornalista no contexto mais imediato da organização para a qual trabalha e sublinha a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a actividade profissional do jornalista (Breed, 1993, pp. 152 e seguintes). Debruça-se essencialmente sobre os processos de socialização dos jornalistas na cultura organizacional e sobre o modo como se exerce o controlo social no decurso desse processo de socialização. Constitui a primeira abordagem à cultura profissional dos jornalistas. O trabalho de Breed tem um valor inaugural e a sociologia da produção noticiosa vai além das componentes organizacionais para se tornar uma teoria mais vasta sobre o papel das notícias na construção social da realidade.
- d) A teoria da acção política debruça-se sobre processos de selecção das



notícias resultantes da presença de factores políticos, acentuando pontos de vista instrumentalistas em que os jornalistas são vistos como contra ou a favor dos interesses dominantes do sistema. Nesta teoria, os *media* noticiosos são analisados numa perspectiva largamente instrumental: na versão da esquerda, são instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão da direita, põem em causa esse mesmo sistema. Na suas versões mais deterministas, acredita-se que as notícias sofrem uma distorção sistemática, servindo interesses de agentes sociais (Traquina, 2001, p. 47; Ponte, 2004, p. 106). De um lado, os estudos de Efron (1971) e, em particular, de Lichter, Rothman e Lichter (1986) acreditam que os jornalistas se servem da elite dos *media* para propagarem as suas opiniões contra o sistema dominante. Neste caso, defende-se que a composição social e os valores dos jornalistas norte-americanos são moral e politicamente posicionados mais à esquerda (mais “liberais”) do que a maioria da população. As conclusões baseavam-se numa sondagem efectuada a 238 jornalistas dos que eram então os *media* de referência americanos: CBS, NBC, PBS, *Time*, *Newsweek*, *U.S. News & World Report*, *New York Times*, *Washington Post*, e *Wall Street Journal*. Do outro lado, Herman e Chomsky argumentam que a cobertura noticiosa feita pelos americanos do resto do mundo, em particular da repressão praticada por governos autoritários de direita no Terceiro Mundo, é influenciada pela promoção dos interesses norte-americanos funcionando, conseqüentemente, como simples propaganda (Traquina, 2002, p. 89). O factor social determinante é económico e a autonomia dos jornalistas nesta perspectiva, é escassa sendo executantes ao serviço do sistema. Há uma relação directa entre o resultado do processo noticioso e a estrutura da empresa e entre esta e a estrutura social vigente. Daqui resulta uma diminuição da diversidade das notícias (Traquina, 2002, p. 93-94).

A teoria da acção política esteve indubitavelmente marcada pela guerra – fria, enfrentando limitações que decorrem de uma perspectiva determinista do exercício da profissão jornalística e da actividade de recepção das audiências. Qualquer reflexão actual sobre o jornalismo e a política não pode ignorar a complexidade do panorama político pós-guerra fria, a definição de novos blocos políticos, a decadência de algumas ide-



ologias, além de um aumento do pluralismo societal que conduz à noção de McNair de “caos”. Porém, além dos factores da conjuntura política em si, existem outros factores intrínsecos ao próprio jornalismo, nomeadamente o surgimento de propostas que apontam para uma redefinição do papel político do jornalismo e crise dos sistemas de mediação tradicional. A blogosfera e o jornalismo *online* expandiram o espaço disponível para a circulação de jornalismo opinativo, politicamente motivado e isto encorajou alguns *media* tradicionais a assumir mais abertamente as suas preferências (McNair, 2009, p. 242) Apesar de tudo, algumas preocupações relacionadas com a manipulação jornalística reapareceram através de obras como as de Philo e Berry (2004), Miller (2004), Howard Tumber e Frank Webster (2006) que desenvolveram um conjunto de preocupações críticas relacionadas com a opinião pública na sequência dos acontecimentos do 11 de Setembro e da Guerra do Iraque. Apesar de tudo, McNair (2006; 2009), sublinha a existência de uma esfera de visibilidade mediática cada vez mais globalizada e um ambiente comunicacional mais caótico, caracterizado por uma maior incapacidade dos estados para controlar o que é revelado ou escondido acerca das suas actividades.

- e) As teorias construtivistas partem do argumento genérico de que a realidade não é algo que exista independente das notícias mas sim algo que também é produto das próprias notícias e da actividade da sua produção. As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e de textos. Assim, são inúmeras as mediações que condicionam o modo como o jornalismo cria e processa a informação sobre a realidade, desde o *schemata* profissional – o modo particular como os jornalistas vêem o mundo – passando pelos objectivos, a estrutura e a rotina das organizações onde trabalham, as condições técnicas e económicas para a realização das suas tarefas e, finalmente, os jogos de poder e os conflitos de interesse que estão implicados na circulação social dessa informação (Meditsch, 2002, p. 19).

As teorias construtivistas sublinham a importância da cultura jornalística e a importância das rotinas e procedimentos que os jornalistas desempenham no seu trabalho e destacam o papel dos jornalistas na construção social da





realidade. Argumenta-se que é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os enunciados noticiosos que os reflectem já que as notícias participam activamente na construção da própria realidade, graças a elementos como sejam a intervenção de uma linguagem que nunca se afigura como neutral ou inocente, os aspectos organizativos e orçamentais que intervêm decisivamente na representação dos acontecimentos ou, ainda, ao modo como os jornalistas dispõem uma rede noticiosa graças à qual procuram obstar à imprevisibilidade dos acontecimentos (Traquina, 2002, p. 95; 2001, p. 28).

Neste sentido, há uma construção da realidade que é inerente à própria perspectiva noticiosa, na medida em que as características do próprio trabalho noticioso assim o impõem (Altheide, 1976, p. 24). A realidade oferecida pelas notícias é envolta pelos modos de conhecer típicos dos jornalistas e pelos modos específicos que estes possuem de estruturarem o conhecimento através da linguagem. O que é apresentado como factos pelas notícias são interpretações enquadradas pelos dispositivos noticiosos (Ericson, Baranek e Chan, 1987, p. 19). Os jornais e a televisão não se limitam a monitorizar os acontecimentos do mundo real. Constroem representações e relatos da realidade que são configurados pelos constrangimentos que emanam das convenções, ideologias e organização típicas dos jornalismo e das burocracias noticiosas (Chibnall, 2001, p. ix).

Este tipo de abordagem contrapõe-se não apenas à abordagem empirista da notícia como reflexo da realidade como também aquelas outras que enunciam uma distorção intencional das notícias expressa numa manipulação consciente e intencional dos factos levadas a cabo de acordo com interesses dominantes: “Nos estudos da parcialidade das notícias, a teoria das notícias como espelho não é posta em causa; nos estudos que utilizam a perspectiva das notícias como construção, a teoria do espelho é claramente rejeitada” (Traquina, 2002, p. 94).

As teorias que abordam as notícias como construção constituem um paradigma que pode ser partilhado por duas visões diversas – a visão interaccionista e a visão estruturalista – as quais podem ser analisadas como teorias autónomas que comungam, todavia, diversos pressupostos de um mesmo paradigma. Na verdade, “ambas conceptualizam as notícias como uma construção” (Traquina, 2002, p. 105).

Assim, numa visão mais interaccionista, enfatiza-se a existência e partilha de uma cultura comum que permite o desenvolvimento de um campo jorna-





lístico autónomo. É graças ao processo de profissionalização das pessoas envolvidas na actividade jornalística que é possível a emergência de um campo jornalístico autónomo dotado de autoridade e de legitimidade para decidir da noticiabilidade dos acontecimentos e problemáticas (Traquina, 2001, p. 106).

Neste sentido, importa ter presente a intervenção de uma ideologia profissional partilhada pelos jornalistas que lhes permite realizar e legitimar o seu trabalho (Ericson, Baranek e Chan, 1987, p. 20). Por ideologia, entende-se aqui um sistema de crenças através do qual os praticantes de uma dada profissão dão sentido à sua experiência laboral em comum. As situações de trabalho são também sistemas de interacção: as pessoas interagem em relações que são simultaneamente sociais e técnicas. Nestas interacções, geram-se 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 falam em padrões de acção, e partilham os modos de pensar do seu grupo (Shoemaker e Reese, 1991, citado por Traquina, 2004: 18).

Já numa visão mais estruturalista, a construção da realidade por parte dos *media* informativos implica uma relação de determinação por dispositivos estruturais, reproduzindo, em larga medida, ainda que com autonomia relativa, os valores ideológicos dominantes: o jornalismo torna-se, ainda que involuntariamente e através de caminhos autónomos, um dispositivo do próprio processo de controlo social. Neste sentido, contribui para a existência de uma hegemonia, definindo quais os acontecimentos significativos e a respectiva interpretação, assegurando a sintonia entre os seus valores e as práticas e ideologias dominantes. As notícias condensam uma relação estrutural entre os *media* e os definidores primários de sentido ajudando a construir uma visão da sociedade consensual e homogénea (Hall, Chritcher, Jefferson, Clark e Roberts, 1993, pp. 228 e seguintes). Esta teoria confere especial ênfase à relação estrutural entre os *media* e os *primary definers*, acreditando que estes estabelecem os limites para toda a discussão subsequente através do enquadramento da natureza do problema. Tal como outras teorias construtivistas chamam a atenção para as estruturas rotineiras de produção das notícias, mas enfatizam que os *media* acabem por reproduzir, embora com alguma autonomia, as definições dos poderosos. Embora insistam que os *media* não se limitam a reproduzir a ideologia dominante num sentido conspiratório, reflectem, num





contexto de relativa autonomia, as definições daqueles que dispõem de um acesso privilegiado aos *media*.

3.9.1 A produção social de notícias *online*: notas para uma pesquisa futura

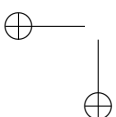
O jornalismo *online* produziu um conjunto de mudanças em muitos dos factores que aqui analisamos e que passamos a recensear através de algumas notas.

***Gatekeeping* no webjornalismo e no jornalismo colaborativo**

O aparecimento das mudanças tecnológicas deu uma considerável mudança aos estudos de *gatekeeping*. Com efeito, a Web não é um *médium* finito e concreto; antes a sua forma é fluida e global e fortemente individualista (Singer, 2001). Lentamente, a discussão sobre a crise do *gatekeeping* tornou-se uma reflexão sobre o papel de mediação do jornalista. De uma forma geral parece haver um consenso em torno dos pesquisadores sobre a permanência de formas de mediação. Porém, as funções de mediação serão diferentes: em vez de se limitar a decidir o que é publicado, trata-se de assinalar a informação mais importante.

A teoria do *Gatekeeping* pode oferecer uma base de estudo valiosa para o estudo neste novo ambiente.

O que acontece quando o *gatekeeper* desaparece não é a única questão para ser colocada. Pode nem sequer ser a melhor questão. Apesar de poucos estudos publicados se referirem explicitamente ao *gatekeeping* no ambiente *online* há alguns sinais que indicam que os jornalistas consideram que esta função se está a desenvolver e adaptar em vez de desaparecer. Os estudos existentes indicam que as pessoas nas redacções estão a modificar a sua definição de *gatekeeper* para incorporar noções de controlo de qualidade e produção de sentido. Particularmente, vêem o seu papel como intérpretes credíveis de um volume disponível de informação sem precedentes como algo de fundamental para o a sua valorização – e até para a sua sobrevivência – num novo ambiente mediático (...) os jornalistas continuam a ver o seu papel





primário como intérpretes do que como meros colectores e disseminadores de informação. (Singer, 1998)

Elias Machado (2000) também reconhece:

O jornalismo digital, aproveitando-se da descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade, faz com que a função do jornalista se estenda cada vez mais a aspectos de uma actividade de moderação e hierarquização de factos gerados nos mais distintos pontos da rede.

Este tipo de observações recorda a emergência recente do conceito de *gatewatcher*. O livro de Alex Bruns *Gatewatching. Collaborative online news production* (2005) leva a efeito um conjunto de estudos de caso em *Slashdot*, *Indymedia*, *Medía Channel*, *Plastic* e *Kuro5hin* averiguando a participação do público nas várias fases de produção noticiosa: recolha, publicação e comentário. Segundo Bruns (2005), no ambiente online, não se verificam restrições de espaço e a capacidade de espaço de armazenamento electrónico a baixo custo possibilita o constante alimentar das páginas web. As considerações espaciais e temporais dos *media* deixam de ser o factor impulsionador que se encontrava em larga medida por detrás da lógica de *gatekeeping*.

No cibertexto, através da navegação por enlaces ou vínculos (*hyperlinks*), a possibilidade técnica de conduzir as audiências directamente à fonte online que originou uma notícia, reduzindo a necessidade dos jornalistas colocarem no seu site toda a informação contida nas suas reportagens. Além do mais, a informação poderá até constituir-se numa simples leitura introdutória a partir da qual as audiências pelos vínculos adicionais podem obter mais informações, e até contrastarem os diversos pontos de vista e perspectivas acerca da mesma notícia (Bruns, 2005: 18).

O grande interesse de Burns dirige-se nomeadamente para os sistemas que seguem uma lógica participativa (“wiky”) cuja característica identificativa é permitir a edição de páginas por qualquer utilizador, sem conhecimentos informáticos exigentes. Neste contexto, o novo conceito – *gatewatching* – fez a sua aparição, tendo como conteúdo semântico algumas das novas funções aqui atribuídas ao jornalista: o *gatewatching* traduz-se numa modificação das estruturas de poder do jornalismo, deslocando a ênfase da estrita selecção

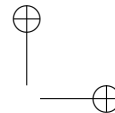


das notícias que devem ser publicadas, para passar antes a alertar os leitores para o fornecimento de informação sobre o conteúdo disponível (sem, todavia, limitar a disponibilidade do conteúdo aos utilizadores).

Nesta perspectiva, o jornalista editor será transformado no que denomina de “*librarian*” (literalmente, o bibliotecário), cuja função será agregar, organizar o máximo de informação, direccionar o público para o que é mais pertinente e atender às suas necessidades específicas. Bruns chama isso de “*publicizing*”, opondo este conceito de “*publish*” (2005, p. 7). Esta função de *publicizing* traduzir-se-á no acto de observar os “portões de saída” (de publicação e disseminação de conteúdos) de fontes noticiosas, identificando, organizando e ordenando a partir de novas informações relacionadas, o material mais importante e relevante. Considera-se, assim, que, devido à quantidade de informação circulando nas redes, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que rejeitá-la. Não se torna mais necessário rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque se pode publicá-las todas. Porém, continua a ser preciso entrevistar as fontes e analisar dados. Neste caso, a maioria dos profissionais que operam nestas formas de jornalismo acabam por assumir ambos os papéis. Este novo jornalista, que combina as funções de repórter e de bibliotecário, é um *gatewatcher*.

A polémica sobre o papel do *gatekeeper* prolonga-se, todavia em opiniões que seguem o sentido contrário. No âmbito do jornalismo, a Wikinews define três critérios de publicação: a citação de fontes; a não-violação de direitos de autor e a creditação dos repórteres. A citação de fontes verificáveis é feita publicando-se vínculos (*links*) para os documentos usados que estejam disponíveis no ciberespaço. Quanto à certificação dos repórteres, depende de uma votação pelos colaboradores do projecto.

Outros projectos de jornalismo colaborativo como Ohmynews, IMC e Slashdot, continuam a manter sistemas de *gatekeeping* de maneira a garantir e assegurar a credibilidade. No caso do Ohmynews, os “cidadãos – repórteres” enviavam os textos a uma redacção de jornalistas profissionais que confirmam os factos e editam o texto da notícia. No Slashdot, qualquer utilizador pode enviar textos mas estes são seleccionados por um grupo editorial. Já o Indymedia permite a publicação automática mas os textos que infringem a política editorial são eliminadas ou modificados pelos colectivos editoriais. Mesmo nos casos limite, isto é que atribuem maior poder de iniciativa ao utilizadores no envio de notícias, a exigência de uso de fontes citáveis e veri-



ficáveis reproduz, na prática, toda a cadeia de *gatekeeping* das agências de notícias e jornais que serviram como fonte. Neste sentido, uma teoria complexa da selecção noticiosa será sempre necessária. Assim, o *gatekeeping* como um processo de mediação complexo continuará a existir com novas configurações no contexto das tecnologias digitais e do webjornalismo.

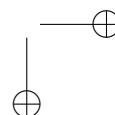
Novos jornalismo: Novas rotinas? Novas teorias?

Apesar das modificações trazidas pelo webjornalismo, Jane Singer (1998) sugere abordagens que podem propiciar pesquisas fundamentadas teoricamente na área de estudo da sociologia da produção noticiosa e da identificação das rotinas.

A pesquisa articulada nomeadamente por Gaye Tuchman fundada na ideia de construção social da realidade coloca questões que continuam pertinentes. As diferenças introduzidas na redacção enquanto comunidade, a análise das rotinas e das normas profissionais são alguns dos percursos sugeridos para o contributo da sociologia da produção noticiosa no caso do webjornalismo ou jornalismo *online*.

Jane Singer (1997) conduziu uma das primeiras observações das rotinas na produção de notícias *online*, mas centrou-se especialmente na atitude dos jornalistas face aos novos *media*. Observou durante uma semana três redacções *online* dependentes de jornais tradicionais e entrevistou sessenta e seis repórteres e editores das versões impressas e *online*, tentando estabelecer um confronto entre as utopias que proliferavam em torno da Internet e a percepção efectiva que os jornalistas tinham das suas rotinas específicas. A ideia geral retirada apontou para uma redefinição da mediação jornalística, nomeadamente do processo de *Gatekeeping*. Com efeito, os jornalistas pareciam supor que o seu trabalho consistia mais em ajudar a digerir a vastíssima quantidade de informação já disponível na Internet do que em seleccionar acontecimentos para os transformar em notícias. Ou seja, tratava-se mais de um trabalho de interpretação do que de selecção, tendo como objectivo fundamental garantir a qualidade. Os jornalistas entrevistados consideraram que os seus valores éticos e profissionais continuavam perenes no novo contexto e eram um factor crucial para o estabelecimento de diferenças em relação a propostas marcadas pela ausência de profissionalismo.

Making Online News: The Ethnography of News Production (Paterson e



Domingo, 2008) parece ser obra que mais expressamente aplica a tradução da sociologia da produção noticiosa e ao jornalismo *online*. É constituído por uma colecção de abordagens etnográficas de redacções *online* em países como os Estados Unidos, Reino Unido, Espanha, Alemanha, Argentina, Austrália e China, usando a etnografia para compreender o papel da cultura profissional, do contexto organizacional, da competência dos jornalistas e da sua imagem da audiência na configuração das notícias *online*.

Um dos trabalhos feitos em Espanha por David Domingo é a sua tese doutoral (2006), a qual analisa o modelo de jornalismo digital desenvolvido em meios de tradições diferentes: um meio impresso de um grande grupo (elPeriodico.cat); um portal de uma televisão pública propriedade da Generalitat (Governo) da Catalunha – ccrtv (3cat24.cat), um diário local (DiarideTarragona.com) um portal de notícias digitais (aMalla.net) (p. 24). A análise de caso foi baseada na observação etnográfica de redacções *online* com entrevistas em profundidade com repórteres, editores, evocando expressamente a influência de Gaye Tuchman na análise da cultura profissional e das rotinas de trabalho através da observação etnográfica.

O autor alerta para o facto de que a adopção de práticas de jornalismo *online* continua a ser a consequência de decisões levadas efeito em redacções específicas em circunstâncias concretas por jornalistas que têm uma cultura profissional, conhecimentos e expectativas sobre a Internet enquanto *médium* noticioso (Domingo, 2006, p. 19). Por isso, o contexto de definição e negociação de práticas *online* recomenda fortemente o uso destas metodologias etnográficas.

O ensaio citado sublinha a existência de um mito da interactividade emergente do discurso dos jornalistas no ambiente digital (Domingo, 2006, pp. 78-85). Lembra a formação de um discurso crítico sobre o jornalismo tradicional o qual lamenta a mistura de informação e entretenimento e a natureza auto-referencial da produção noticiosa cada vez mais afastada dos problemas dos públicos (Domingo, 2006, p. 56). Mostra como a Internet e a sua natureza não-hierárquica em rede foram entendidos como uma oportunidade para uma transformação fundamental do jornalismo no sentido do regresso a uma racionalidade orientada para o serviço público.

Por outro lado, recorda que cada elemento relacionado com uma inovação tecnológica (pessoa, instituições, artefactos materiais) intervém no processo de definição dessa inovação, podendo os actores participantes limitar o espec-



tro de definições possíveis com as suas limitações concretas (Domingo, 2006, pp. 175-176). Assim, as análises dos *media*, apesar da vasta difusão dos mitos do jornalismo *online*, mostram que a lógica real das companhias mediáticas têm a ver mais com a comunicação de massa do que com a partilha horizontal de conhecimento. Domingo destaca vários exemplos que integram o que ele considera serem os mitos associados ao jornalismo *online*: a) a interactividade como o poder do utilizador para controlar o fluxo comunicativo ou até alterar a mensagem enviada pelo produtor; b) O *feedback* da audiência conseguido, nomeadamente, pela publicitação dos endereços de *e-mail* dos repórteres e a consequente possibilidade de transformar leitores e espectadores em comentadores, críticos ou colaboradores; c) a promoção do debate cívico e a criação de comunidades virtuais em torno de websites que permitam aos jornalistas aproveitar o conteúdo gerado nos debates para decidir novos temas, explorar novos tópicos; d) a potencial transformação dos cidadãos em jornalistas de acordo com as propostas do jornalismo cidadão apresentadas por Gillmor (2004) e Bowman & Willis (2003). Por outro lado, constata que as sondagens demonstram que os jornalistas *online* aderem fortemente ao mito da interactividade.

A investigação permitiu concluir que, apesar de a interactividade constituir a palavra-chave nas entrevistas com os jornalistas *online*, quando se discutiam as diferenças entre a Internet e os meios tradicionais nas rotinas diárias, verificava-se uma tendência para reproduzir os modelos dos meios de massa. Durante a pesquisa, descobriu-se que os jornalistas continuam a ser vistos como produtores e os utilizadores como consumidores passivos (Domingos, 2006, p. 506-507). Nas redacções *online* ligadas a meio tradicionais, o valor mais invocado era o imediatismo e a publicação de histórias o mais rápido possível. Com efeito, as rotinas nas redacções *online* analisadas precisam privilegiar os critérios profissionais como a principal referência para produzir um juízo de noticiabilidade, em vez das preferências dos utilizadores.

Apesar de os jornalistas do jornal regional *online* terem o hábito de olharem para as estatísticas um par de vezes por dia a fim de verificarem quais as notícias mais vistas, os editores defendiam que os tradicionais critérios de noticiabilidade deviam prevalecer. Embora a personalização fosse desenvolvida nas redacções *online*, o editor chefe considerava que esta não era uma estratégia adequada, fazendo sentido apenas para *media* especializados.

Embora em termos abstractos, o *feedback* da audiência fosse valorizado



positivamente, o hábito de o direccionar para o jornalista só se verificava no portal *online* que não estava ligado a nenhuma redacção tradicional. O facto de as práticas interactivas serem significativamente diferentes no portal exclusivamente *online* era visível não apenas por publicarem os *e-mails* individuais dos jornalistas em cada história mas também por integrarem os comentários a seguir a cada história como nos blogs. No portal exclusivamente *online*, os repórteres visitavam as suas histórias várias vezes ao dia para observar os comentários e envolviam-se em pequenos diálogos na área dos comentários. A participação nestes micro-fóruns anexados às notícias era completamente aberta e os utilizadores podiam escrever sem necessidade de revelarem os seus verdadeiros nomes. A experiência era radicalmente diferente nos páginas *online* dos *media* tradicionais que requeriam o registo prévio do utilizador antes da colocação de uma mensagem. Nestes casos, a interacção com os utilizadores tendia a ser concentrada num número reduzido de pessoas. Os repórteres raramente acediam aos fóruns e as discussões entre os utilizadores não tinha efeito na produção de conteúdos. A moderação de fóruns chegava a ser vista quase como um pesadelo chegando a ser considerada (no caso do jornal regional *online*) um das tarefas mais maçadoras (Domingo, 2006, pp. 513-514).

No que respeita à transformação dos utilizadores em produtores, o único projecto que fez esforços para oferecer aos utilizadores a possibilidade de participarem na produção de conteúdos foi o portal *online*. Apesar disso, o editor fazia questão em distinguir a produção noticiosa da produção feita pelos utilizadores. De facto, muitas das propostas do portal direccionadas para utilizadores não eram relacionadas com a cobertura de acontecimentos: havia um espaço literário para contribuições ficcionais e poéticas, um álbum de fotos solicitava os utilizadores a mandarem fotos de festas e, no aniversário de acontecimentos históricos, os utilizadores eram convidados enviar as suas memórias.

Domingo conclui que há factores culturais e organizacionais que funcionam como travão ao desenvolvimento da interactividade: o tamanho reduzido das redacções *online* torna impraticável aprofundar oportunidades de participação extensa quando a prioridade é publicar as notícias o mais depressa possível.

Díaz Noci e Palácios (2007, pp. 93 – 94) também oferecem uma síntese alargada dos métodos e técnicas mais utilizados em Brasil e Espanha para um estudo dos ciberjornalistas (perfil sociológico, condições laborais e profissi-

onais) bem como das suas rotinas de trabalho, expondo diversos contributos que centram a sua atenção na análise da incidência da Internet na prática profissional. Entre os primeiros contributos contam-se a realização de sondagens para análise do perfil dos profissionais de informação levadas a efeito em Catalunya, Paiz Vasco e Galicia. Alguns destes trabalhos em Catalunya continham informação sobre a situação laboral e profissional do jornalista digital e expunham os problemas que o afectavam e definiam o respectivo perfil enquanto na Galicia e no Paiz Vasco se debruçavam sobre as atitudes profissionais e as condições de trabalho dos primeiros jornalistas inseridos no novo ambiente.

Já a pesquisa das rotinas profissionais dos jornalistas digitais é mais limitada. Entre os muitos trabalhos citados pelos autores conta-se o do Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID), da Universidade de Vic (2006) em que se conclui que numerosas figuras profissionais experimentaram mudanças nas competências que tradicionalmente as caracterizavam. No Brasil, Nélia Del Bianco (2004 citada por Díaz Noci e Palácios, 2007, p. 94) estudou o impacto da internet em duas rádios de São Paulo – Jovem Pan AM e Bandeirantes AM – concluindo que a mesma estaria integrada em todas as fases de produção jornalística. São ainda citados (Díaz Noci e Palácios, 2007, p. 94) trabalhos de Masip (2003, 2005) e Soriano (2005) sobre o impacto da internet nas rotinas dos meios tradicionais, observando-se que embora a mesma esteja presente no dia a dia não alterou completamente as rotinas tradicionais.

Um assunto explorado é a aceleração do ciclo informativo, sendo referido um trabalho de Brandão (1999) que introduz o conceito de turbina da informação, graças ao fluxo contínuo de produção. Assim, a capacidade de emitir rapidamente uma notícia reforça-se como um critério de noticiabilidade (Bianco, 2000) (ambos citados por Díaz Noci e Palácios, 2007, p. 95).

Destacam-se ainda trabalhos de Zélia Adghimi (2001; 2002; 2004), sobre a precariedade laboral e as imposições do tempo real no webjornalismo; de Fábio Pereira (2004) que analisa as rotinas produtivas das publicações regionais; de Susana Barbosa (2003) sobre os portais regionais UAI e iBAHIA, baseado em rotinas de funcionamento baseadas no reaproveitamento, e de Thais de Mendonça Jorge (2007 citado por Díaz Noci e Palácios, 2007, p. 95) segundo o qual o trabalho online de busca, comprovação e selecção de fontes se traduz na rotinização e standardização da produção jornalística (todos citados por Díaz Noci e Palácios, 2007, p. 95).



Fontes no jornalismo *online*

Um novo terreno de debate é a questão das fontes e, conseqüentemente, das novas modalidades de processamento, recolha, circulação e disseminação de conteúdos informativos. A informação em rede exige cada vez mais discernimento crítico, em face da possibilidade completamente democratizada de indivíduos e instituições poderem colocar *online*, com relativa facilidade, dados e informações de valor extremamente desigual.

Em face da crise do papel da mediação jornalística, tornou-se possível ao cidadão comum ter acesso à informação não editada ao mesmo tempo que os jornalistas. Por outro lado, assiste-se a uma dispensa cada vez mais generalizada do papel de editores de informação. Para além dos discursos míticos sobre a transparência e a interactividade que alimentam estes novos cenários será necessário todavia estar atento aos riscos envolvidos.

Nenhuma fonte irá tornar público aquilo que se possa vir a revelar inconveniente para os seus interesses ou imagem. Nenhuma fará o trabalho de pesquisa de informações não publicitadas, de confrontação de dados e perspectivas para os colocar sem restrições de acesso ao dispor de qualquer interessado. Assim, quem realizaria essa magna e nunca acabada tarefa de procura, tratamento, selecção e organização de informação, a partir de projectos editoriais e de ângulos de abordagem diversos, tarefa tão mais necessária quanto cresce e continuará a crescer a avalanche informativa? (Pinto, 2000, pp. 188-189)

Manuel Pinto acrescenta um aspecto novo ao problema: o assunto não diz respeito apenas às fontes de informação dos jornais mas, igualmente às fontes dessas fontes (cada vez mais institucionalizadas e pautadas por uma lógica de acção estratégica) e, não menos importante, às fontes do público.

O problema das fontes de informação do público adquire, de facto, uma pertinência acrescida, quer pela multiplicação das fontes, quer pelos novos tipos de assimetria e desigualdade no acesso a elas e à respectiva utilização, quer ainda pelos modos social e culturalmente diferenciados de interacção com estas novas realidades (Pinto, 2000, p. 290)





Elias Machado (s/d, p. 4) realizou uma análise das perspectivas abertas pelas redes digitais na produção informativa ao nível das relações com as fontes.

A estrutura descentralizada do ciberespaço complica o trabalho de apuração dos jornalistas nas redes devido a multiplicação das fontes sem tradição especializada no tratamento de notícias, espalhadas agora em escala mundial. Nos sistemas convencionais de jornalismo a preferência pelas fontes oficiais representa uma estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública. (...). Na medida que a arquitetura descentralizada do ciberespaço desarticula o modelo clássico, o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir confiabilidade do sistema do apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital.

No Ciberespaço, os movimentos sociais adquirem um novo espaço, podendo sem impedimentos colocados pela tecnologia necessária para manter os meios convencionais, contribuir para a constituição de um espaço público democrático (Machado, s/d, p. 4).

O autor dá o exemplo do MST (Movimento dos Sem Terra) como um exemplo de movimentos sociais agora transformados em difusores para o conjunto da esfera pública comum de uma agenda temática que, desligada da realidade imediata dos demais sectores, normalmente só merece destaque dos meios convencionais quando aparece associada a momentos de conflito (Machado, s/d, p. 5).

Outra alteração regista por Machado (s/d, p. 8) consiste na “inversão no processo tradicional de produção de notícias”. Com efeito, o repórter, agora, antes de sair em perseguição de uma personalidade qualquer para recolher uma declaração sobre um determinado facto, deve empreender um levantamento dos dados necessários para elaborar a notícia ou reportagem. Enquanto no jornalismo convencional a notícia consiste na própria declaração, o jornalismo nas redes possibilita que a declaração seja apenas um dos elementos que reforça a credibilidade da notícia.

Tal inversão não significa a substituição dos postos clássicos de cobertura como sejam os detentores tradicionais de poder político (câmaras, assem-



bleias, governos, senado federações empresariais e sindicais) pelas variadas fontes independentes acessíveis no ciberespaço. Trata-se, antes, de uma posição mais activa do jornalista que não se limita a aguardar pela declaração dos definidores melhor colocados na hierarquia de credibilidade para, ele próprio, proceder, à investigação. Os exemplos sugeridos parecem indiciar a possibilidade de uma maior contextualização e, conseqüentemente, de uma atitude menos passiva perante as fontes explorando as possibilidades de memória agora abertas (Machado, s/d, p. 8).

A questão das fontes foi recentemente interpelada de uma forma poderosa por WikiLeaks, uma organização internacional sem fins lucrativos, propriedade da Sunshine Press, sediada na Suécia, que publica, na sua página, postagens de fontes anónimas, documentos, fotos e informações confidenciais, sobre governos ou empresas, acerca de assuntos polémicos. Não se declaram como jornalistas mas como um serviço público que protege jornalistas e activistas que têm materiais sensíveis para comunicarem ao público. Em suma, WikiLeaks tem como objectivo ajudar pessoas que pretendam fazer denúncias mas têm medo de ser identificadas. Revelam-se claramente favoráveis ao princípio do escrutínio público dos governos e citam como inspiração a famosa publicação dos *Pentagon Papers* durante a Guerra do Vietnam. A ferramenta informática é inspirada no conceito da Wikipedia e, segundo os seus autores, dirige-se essencialmente a países onde prevalece a censura. No entanto, a sua página estará acessível a utilizadores de qualquer nacionalidade. A WikiLeaks utiliza um sistema de criptografia. Normalmente, é possível conhecer a origem de uma informação na rede através do seu IP (endereço de protocolo de Internet). Para evitar isso, a WikiLeaks utiliza um protocolo conhecido como TOR (The Onion Router), que envia os dados recebidos a um servidor no qual a criptografia é utilizada, para esconder a origem da informação.

Uma das preocupações relacionadas com a divulgação de conteúdo pelos utilizadores está na veracidade daquilo que é publicado, já que a ferramenta poderá ser utilizada por pessoas de má fé para apresentar documentos falsos. Quanto a esta questão, os responsáveis pela WikiLeaks afirmam que os comentários divulgados podem indicar se as informações lá colocadas são ou não verdadeiras. Um fórum envolve o potencial para abuso, mas algumas medidas podem ser tomadas para minimizar o possível mal. A mais simples e eficaz delas está baseada na comunidade de utilizadores informados e editores que pode examinar e discutir os documentos publicados. As-

seguram que até agora nenhuma das fontes de Wikileaks foi descoberta. Muitos dos sumários das histórias que são anonimamente fornecidas a WikiLeaks são feitos por Julian Assange, um dos seus rostos mais conhecido. (ver <http://wikileaks.org/wiki/WikiLeaks:About>). WikiLeaks recebeu vários prémios para novos *media*, incluindo o *New Media Award 2008* da revista *The Economist*, e, em Junho de 2009, a WikiLeaks e Julian Assange ganharam o *Media Award 2009* (categoria "New Media"), da Amnistia Internacional pela publicação de *Kenya: The Cry of Blood – Extra Judicial Killings and Disappearances*.

As suas actividades tornaram-se mundialmente conhecidas depois da divulgação de 92 mil documentos secretos do exército dos Estados Unidos, sobre a ocupação militar do Afeganistão que abrangem o período de Janeiro de 2004 a Dezembro de 2009. Nomeadamente, os documentos relatam a morte de civis e a colaboração dos serviços secretos paquistaneses com os Talibãs e com a Al – Queda.

Os documentos foram entregues ao *The New York Times*, *The Guardian* e *Der Spiegel* e divulgados na página da organização. Julien Assange fez declarações assegurando a fiabilidade dos documentos e das organizações. Declarou, nomeadamente, que os membros da sua organização são peritos em confirmar a fiabilidade e validade do documentos e acrescentou que são igualmente peritos em **não** confirmarem nem verificarem as fontes. A questão torna-se profundamente interessante. Não se afirmando como uma organização jornalística, a sua área de trabalho claramente coincide ou se sobrepõe com as de organizações jornalísticas. Funciona, simultaneamente, como fonte das mesmas organizações e usa uma metodologia que é claramente contrária à prática jornalística tradicional: a preservação da fonte passa pelo desconhecimento da sua identidade. Por outro lado, funciona como *gatekeeper* (pelo menos neste caso) pois serviu de avaliador e fiador da credibilidade da informação fornecida aos outros jornais.

A Economia da imprensa *online*

A situação actual na imprensa *online* em termos económicos também dá origem a diagnósticos muito diferenciados.

O sentido da integração do trabalho jornalístico no processo produtivo em ambiente digital não identifica uma função central exercida por um só

profissional. A figura do editor, por vezes chamado de gestor de conteúdo, não se distingue do redactor excepto na medida que coordena a equipa e é responsável pelas informações publicadas. As equipas de trabalho são reduzidas e formadas frequentemente por estagiários. Consta-se a flexibilidade do trabalho e a tendência ao apagamento das diferenças entre especialidades jornalísticas com o repórter exercendo, por exemplo, a função de fotógrafo. Há um esvaziamento das actividades jornalísticas em detrimento de uma relevância crescente de competências informáticas que passam a fazer parte das ferramentas intelectuais dos jornalistas. O custo de produção e difusão das notícias é reduzido. A produção é integrada com outros sectores com sectores como a rádio, a televisão e o jornal, pois não há retorno imediato dos altos investimentos. A oferta de conteúdo jornalístico na rede tem baixa rentabilidade pois os anunciantes ainda possuem certo receio em anunciar os seus produtos na Internet, o que impede o jornalismo online de alcançar os seus objectivos de competitividade com o meio tradicional. Verificam-se fusões entre as empresas, com a criação de companhias que abrange os sectores editorial, imprensa, rádio televisão e *online*. Acentua-se a concentração de poder nas mãos de um pequeno número de grandes empresas (Sousa citado por Bolaño, 2006).

Uma perspectiva mais optimista é desenvolvida por John H. McManus (2009, p. 218- 230). Segundo ponto de vista deste autor, a quebra do modelo *mainstream* de negócio, a rápida expansão da banda larga e o desenvolvimento de equipamento de transmissão digital barato cria uma oportunidade entusiasmante para estabelecer *media* noticiosos de baixo custo por três factores: a) elimina a necessidade de rotativa dispendiosas, de papel cada vez mais caro e de frotas de transportes para entrega – que constituem dois terços dos custos médios dos jornais; b) reduz os custos da transmissão e disseminação de áudio de vídeo; c) reduz os custos da recolha e apresentação de notícias.

Políticas do *online*: emergência ou decepção do público

O jornalismo colaborativo ou do cidadão ganhou especial realce com as formas de participação digital facilitadas pela Internet. Apesar da diversidade das suas designações – como sejam *wiki journalism*, jornalismo participativo ou *user-driven journalism*, *networked journalism*, *grassroots journalism*, jornalismo colaborativo – é possível discernir uma definição colectiva possível: actividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ac-



tivo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação (Browman e Wiilis, 2003, p. 9).

Segundo os argumentos dos seus defensores, o jornalismo cidadão autoriza as seguintes vantagens:

- Permite o acesso de muitas pessoas à produção e divulgação pública de mensagens o que constitui uma óbvia vantagem comparativa por parte de grupos de cidadãos que queiram constituir-se como públicos e que se encontram numa situação periférica.
- Está menos dependente de dilemas éticos que são colocados aos *media* tradicionais confrontados com a necessidade de refrear as suas críticas pelo receio de perderem dinheiro da publicidade ou o acesso aos níveis mais elevados de decisão política.
- Permite a cobertura de notícias que os *media* tradicionais não acham rentáveis.
- Autoriza, graças às suas características interactivas (incluindo a possibilidade de adicionar comentários aos artigos), uma discussão mais substancial dos acontecimentos da actualidade de uma forma que os *media* tradicionais jamais poderiam permitir (Joyce, 2007, p. 3).

A propósito do jornalismo do cidadão construiu-se todo um conjunto de possibilidades que remetem inclusivamente para a possibilidade de “contra-agendamento”, ou seja um agendamento que poderia ser ditado por movimentos da periferia geralmente afastados do centro do sistema mediático. Neste sentido, a força determinista de muitos factores que contribuiriam para a configuração das notícias deixaria de se fazer sentir: ou seja, o fim do papel do jornalista como mediador que, no caso do jornalismo do cidadão, é, frequentemente, exaltado; o fim do *gatekeeping*; a alteração das rotinas tradicionais; a relativização da capacidade de agendamento dos *media* e das fontes mais poderosas junto dos *media*; a dinamização do comentário e, em última instância, a dinamização da esfera pública e da sociedade civil.

Vários autores que têm confrontado as utopias associadas ao jornalismo colaborativo com as suas rotinas e práticas efectivas (Jane Singer, 1997; Domingo, 2006) demonstram que as rotinas instaladas e as lógicas próprias dos



media de massa impedem a realização de muitas das utopias insistentemente propaladas.

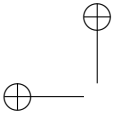
Além destas, há muitas críticas que têm sido oportunamente formuladas:

Uma parte substancial da ideologia formulada em torno da defesa e promoção do jornalismo cidadão ou participativo comete o “equivoco de se apontar um confronto entre “nós” (os cidadãos sensibilizados para a comunicação livre e sem restrições) e “eles” (os jornalistas enquanto adversários ou obstáculos a essa liberdade). Os partidários do jornalismo cidadão concentram-se nas possibilidades de quebra da “hegemonia” da profissão de jornalista como *gatekeeper* diante de uma audiência capaz de criar e disseminar notícias e informações. O seu elogio concentra-se no confronto entre os jornalistas (confinados a procedimentos rígidos e orgulhosos de seu “privilégio” como detentores da informação) e o público (isto é, a audiência), desinteressado, ansioso pela verdade e agora possuidor dos meios para obtê-la e revelá-la. Ao centrar a questão em torno da mediação profissional e dos alegados privilégios associados à mesma, gera-se um discurso em que a ausência dessa mediação é, no limite, sinónimo de participação democrática, esquecendo-se outras formas de poder que também intervêm no processo (Moretzsohn, 2007, p. 261).

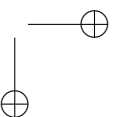
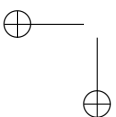
Uma parte importante desta “euforia” é por sua vez produto de uma outra euforia que se desenvolve em torno da técnica.

O equivoco está em não perceber que nenhuma tecnologia é capaz de, por si, alterar as relações sociais; pelo contrário, são as relações sociais, a luta política, os conflitos e contradições historicamente determinados que vão conformar a utilização dessa tecnologia. Significa dizer que os novos ambientes tecnológicos reproduzem as relações de força que estão na sociedade (Moretzsohn, 2007, p. 258).

O «espírito wiki» que envolve uma parte significativa deste jornalismo desconsidera o carácter específico da mediação jornalística, que é o que legitima socialmente esse tipo de informação. Todavia, ao mesmo tempo impõe procedimentos necessários para que se lhe exija a indispensável credibilidade. Com efeito, se os “não-profissionais” seguirem os mesmos procedimentos e critérios que lhes autoriza a atribuição de credibilidade, acabam por se comportar como se fossem profissionais, só que agindo num contexto de profissionalismo independente ou *free-lancer*.



Como a crítica dirige-se necessariamente ao “poder” dos jornalistas – sendo escassamente referida a questão da propriedade ou dos contextos políticos –, a conclusão lógica é a inversão dos procedimentos inerentes à publicação: a ordem das coisas nos *media* tradicionais é “filtrar depois publicar”, logo a ordem das coisas ao nível do jornalismo cidadão será publicar e depois filtrar (Shirky citado por Bowman and Willis, 2003, p. 12), o que, no limite, abre as portas à possibilidade de encomendar notícias e permitir a generalização de rumores.







Capítulo 4

O Profissionalismo Jornalístico

4.1 A problemática do profissionalismo jornalístico

Durante décadas, o jornalismo foi entendido como uma simples prática profissional (uma ocupação), que poderia existir sem a necessidade de uma formação especializada. Gerou-se, deste modo, um dilema expresso de diversas formas (ensino profissionalizante *versus* saber universitário, teoria *versus* prática, capacidades reflexivas *versus* competências performativas) que esteve presente em muitos dos debates sobre as necessidades formativas do jornalismo e acabou por se relacionar directamente com o questionamento sobre a natureza da profissão.

A problemática da standardização de uma base cognitiva comum para a formação de profissionais não está concluída e, por isso, continuam-se a formular e a renovar certas perguntas.

O que é jornalismo? Em que consiste o trabalho fundamental do jornalista? O que é que um jornalista precisa de saber para poder desempenhar a sua função? Que teoria do jornalismo existe, ou deveria ser desenvolvida, que possa servir de base ao ensino profissional desta disciplina? Que tipo de formação é a mais adequada para proporcionar esta aprendizagem? Académica ou profissional/vocacional? Que outras disciplinas académicas podem contribuir para o ensino do jornalismo? Como se articulam essas





disciplinas com a matéria central do jornalismo? (French, 2006, p. 464)

Apesar do papel central conferido aos jornalistas pela teoria da democracia, bem identificada na célebre metáfora do “Quarto Poder”, o jornalismo tem sido, historicamente, uma profissão pouco prestigiada (Traquina, 2004, p. 27). Para esse facto, contribuiu certamente a antiga aura de uma profissão que funcionava de recurso para pessoas que não tinham conseguido vingar noutros ofícios, em regime de duplo emprego ou que era olhada como um passo para atingir um cargo político, não dispondo, por isso, de uma imagem de uma profissão por direito próprio (Traquina, 2004, pp. 28-30).

A diversidade de circunstâncias e a indeterminação que percorre o acesso à profissão deve-se a um particular desenvolvimento e autonomia do campo jornalístico, o qual foi incapaz de uniformizar, ao contrário do que se verificou noutras profissões, os caminhos que permitem aceder ao seu desempenho. A definição do jornalista profissional como alguém que desempenha esta actividade como ocupação principal, a tempo inteiro e remunerada em publicações periódicas, retirando daí o essencial dos seus recursos – uma definição surgida na França e vigente em Portugal – faz com que o jornalismo não se identifique com o desempenho de determinadas competências mas pelo exercício da actividade num jornal: é jornalista quem obtém emprego numa organização jornalística. Assim, os mecanismos de acesso à profissão transferem-se do ambiente cultural, científico e profissional para o âmbito socioeconómico (Fidalgo, 2008, p. 73).

4.2 O estudo do jornalismo e a sociologia das profissões

O campo dos estudos jornalísticos e o subcampo da sociologia que analisa as profissões coexistiram em completa indiferença ao longo dos anos.

Inicialmente, a sociologia das profissões foi hegemónizada por um ponto de vista cujas tendências normativas definiam uma profissão como um modelo de autonomia ocupacional e de auto-regulação que se considerava como merecedor de imitação: a medicina e o direito eram o exemplo em que assentavam essas abordagens. Assim, isolavam-se certas características profissionais e



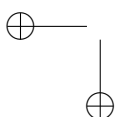


media-se o grau em que as várias ocupações preenchiam os requisitos para serem considerados uma profissão: trabalho baseado num conhecimento científico e sistemático, educação formal, associações autónomas, códigos de ética, relação de confiança entre o profissional e o cliente, existência de barreiras legais para o acesso à profissão e reconhecimento do estatuto social. A análise das profissões intervém nesta matéria dando origem a um importante corpo de estudos.

A legitimidade profissional necessária para a afirmação social e para a afirmação do monopólio do mercado profissional exige dois requisitos: “1) que um conjunto de conhecimentos esotéricos e suficientemente estáveis relativamente à tarefa profissional seja ministrado por todos os profissionais; 2) que o público aceite os profissionais como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços profissionais” (Solosky, 1993, p. 93). No caso específico do jornalismo, contrariamente ao direito e à medicina, a classe não exerce na maior parte dos casos o controlo da educação profissional necessária para o exercício da profissão, pelo que esta é, em grande parte, efectuada no âmbito das organizações.

Segundo a orientação tradicional dos teóricos da profissionalização, a questão é identificar os marcadores sociais que permitem a passagem de uma ocupação para um projecto profissional. Os grupos que lutam pelo estatuto social têm que se organizar para obterem um mercado para os seus serviços. Tal implica treino e formação específicas e a obtenção da sanção estatal através da obtenção de uma licença e de um diploma (1977, p. 15). Andrew Abbott (1988) em *The System of the Professions* afirma que o aspecto principal da afirmação profissional é a luta pela jurisdição, a luta pelo vínculo entre conhecimento e trabalho. Abbott considera o campo profissional como um terreno de competição em torno da jurisdição legítima. Médicos e advogados não apenas reclamam jurisdição sobre específicas áreas de trabalho mas também ganham direitos legais resultantes da intervenção estatal.

Porém, estabelecer uma jurisdição profissional não é uma mera questão de trabalho. Tem a ver como o modo como uma profissão dissemina e concretiza o seu correspondente corpo de conhecimentos abstractos. Com efeito, o que distingue um conhecimento profissional de um conhecimento ocupacional é um sistema de conhecimento “governado por abstracções, um sistema que pode redefinir problemas e tarefas redimensionando os problemas” (p. 93). Nesse sentido, refere-se a um conjunto de estratégias que a profissão desen-





volve para manipular os seus sistemas de conhecimento abstracto de um modo de um modo que permite abordar os vários problemas que possam cair sob a sua jurisdição.

Ora, a própria noção de perícia jornalística torna o jornalismo um caso problemático dentro da análise das profissões. Por um lado, começam a aparecer segmentos de profissão jornalística que não são exercidos de forma exclusiva. Por outro lado, os conhecimentos jornalísticos não são conhecimentos abstractos. De acordo com estas perspectivas, os sociólogos classificam um determinado grupo ocupacional como uma «profissão» quando esse grupo exhibe uma combinação de aptidões, autonomia, aprendizagem e educação, organização, códigos de conduta, orientações e autorizações em termos de prestar um serviço (Moore, 1970, citado por Zelizer, 2002, p. 34).

4.3 O jornalismo como comunidade interpretativa, campo ou sistema

Rejeitando especificamente o uso exclusivo do paradigma da profissionalização, Barbie Zelizer (1992; 2000) considera que as actuais análises actuais do jornalismo como profissão são uma forma demasiado restritiva para explicar a prática e a comunidade jornalística. Tal não significa que a colectividade designada por profissão esteja ausente de entre os jornalistas. Simplesmente, é um quadro que não fornece uma explicação suficiente para as suas dinâmicas internas.

Desde que os jornalistas americanos começaram a ser identificados como grupo em ascensão social, a academia olhou para estes como fazendo parte de uma profissão ou de um colectivo profissional. Ver o jornalismo como colectivo profissional pode ter constituído uma limitação à nossa compreensão da prática jornalística, levando-nos a considerar apenas as dimensões do jornalismo postas em evidência pelo enquadramento (*frame*) através do qual escolhemos observá-los. (Zelizer, 2000, p. 33)

Assim, a autora propõe explicitamente uma forma suplementar de conceber a existência de uma comunidade que não passa pelo quadro de uma profes-





são. Identifica os jornalistas como uma comunidade interpretativa cuja autoridade provém de fontes discursivas operando simultaneamente fora e dentro da esfera profissional.

Segundo esta perspectiva, os jornalistas desenvolvem uma forma específica de narrativas para fortalecer as suas posições como uma comunidade interpretativa dotada de autoridade, consolidando assim a sua posição face a outras comunidades interpretativas (Zelizer, 1992, p. 197). Zelizer enfatiza que o processo de legitimação jornalístico é primariamente retórico. A sua autoridade funda-se não no que eles sabem mas no modo como representam o que sabem (Idem, p. 34). As análises formais do jornalismo enquanto profissão terão assim descurado a rede informal que se estabelece entre os repórteres, a sua forma distinta de sentirem enquanto colectividade posta em destaque pela sociologia da produção noticiosa, a particular importância que nessa forma ganha a interacção horizontal entre pares relativamente à interacção vertical bem como a autoridade colegial relativamente à autoridade hierárquica (Zelizer, 2000, p. 35). Ao contrário, a abordagem do jornalismo como comunidade interpretativa enfatiza como os jornalistas delimitam a suas fronteiras, interiorizam as suas normas e avaliam as suas acções em interacção uns com outros. A noção de comunidades interpretativas permite analisar como certas colectividades produzem interpretações partilhadas da realidade e desenvolvem padrões comuns de autoridade, memória e comunicação que não resultam necessariamente de padrões rígidos de aprendizagem e de formação mas antes da partilha de sentidos. Por detrás de toda esta concepção, está claramente uma visão culturalista das notícias em que ressoam as intuições de Park sobre as notícias como forma de conhecimento, a concepção ritualista da comunicação pensada por Carey (1989) e os estudos de Schudson acerca do modo como os jornalistas dependem da imagem que constroem de si próprios (1988).

Nesta abordagem, as notícias são vistas como resultado de processos de interacção social não entre jornalistas e fontes mas também entre os próprios jornalistas como membros de uma comunidade profissional. Esta interacção faz parte de um processo decisivo de formação de consenso e de consolidação de laços que influenciam o trabalho jornalístico através da partilha de hábitos mentais comuns (Traquina, 2002, p. 126; Traquina, 2004, p. 12). 18). Os jornalistas são assim “um grupo unido pelas suas interpretações partilhadas da realidade” (Zelizer citado por Traquina, 2004, p. 19).





Há, assim, uma particular insistência do jornalismo na sua particular “maneira de ver”, que é compatível com outras teorias como a teoria do campo de Bourdieu e a teoria dos sistemas de Luhmann.

Uma possibilidade que tem vindo a ser estudada é a de repensar o jornalismo como um “campo”. Bourdieu descreve a sociedade como um composto de diferentes esferas, altamente diferenciadas, cada uma delas relativamente autónoma e operando de acordo com uma lógica própria. Estes domínios incluiriam os domínios da arte, política, academia e jornalismo. Nesta linha, incorporam-se Rodney Benson and Eric Neveu (2005) na aplicação do conceito de campo aos estudos do jornalismo. Os jornalistas interiorizariam uma “série de suposições e crenças partilhadas, desenvolvendo “estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas” (Bourdieu, 1998, cit. in Traquina, 2004, p. 19).

A constituição de uma categoria socialmente distinta de profissionais significa autonomia porque a especialização significa autoridade (Traquina, 2004, p. 16). O campo dos *media* transforma-se num discurso fechado sobre si próprio cortado da referência ao campo da produção definindo a sua legitimidade como instituição produtora do único código discursivo legítimo.

Também a intervenção de Niklas Luhmann no âmbito da análise dos *media* e do jornalismo surgiu na sequência da contribuição do autor na análise de subsectores sociais (subsistemas) tão diverso como a moral, o direito, a política, a arte, a economia, a família, entre outros.

Graças à complexidade societária, as sociedades modernas são caracterizadas por uma multiplicidade de sistemas e de subsistemas diferenciados não de modo vertical mas horizontalmente em função das suas actividades e domínios próprios.

Pode-se descrever uma sociedade como funcionalmente diferenciada a partir do momento em que ela forma os seus subsistemas principais na perspectiva de problemas específicos que devem ser resolvidos no quadro de cada sistema funcional correspondente. (Luhmann, 2000: 44)

De acordo com esta teoria da diferenciação funcional, os *mass media* são, como todos os outros, um sistema que atende a uma função da sociedade moderna (Luhmann, 2000, p. 12).





Cada sistema social tem um código próprio com que filtra, processa e constrói comunicação. Tal como o sistema legal funciona de acordo com um código binário centrado no justo ou no injusto, ou como o sistema político funciona de acordo com uma oposição entre o que diz respeito ao poder e o que não diz respeito ao poder, o sistema dos *mass media* é uma galáxia de comunicação semelhante aos restantes sistemas dotada de um código próprio: o que se pode considerar ou não digno de ser trabalhado como informação pelos *media* de massa. Esta binariedade do código impõe aos *mass media* uma selectividade que os obriga a ir conformando critérios que lhe permitam seleccionar entre o que é publicável e o que não é publicável. A necessidade de ter em conta estes elementos de selecção implica standardizar e restringir as possibilidades de realização dos *mass media*. No sistema dos *mass media*, existem três campos programáticos – a informação, o entretenimento, a publicidade. A busca dos critérios que permitem ao campo programático da informação seleccionar o que pode ser publicado é no fundo, a procura de critérios de noticiabilidade. Assim, a informação acaba por se constituir como um subsistema dotado de uma lógica auto-referencial e autónoma e de critérios de selecção próprios.

4.4 Os valores jornalísticos e a norma da objectividade

Uma parte substancial do profissionalismo implica a partilha de valores que contribuem para o modo como os profissionais se vêm a si próprios. Os jornalistas ocupam uma posição particular no contexto das outras profissões intelectuais, as quais, muitas vezes estão associadas com determinados valores fundamentais: a medicina com a vida e a morte, o direito com a justiça. No caso dos jornalistas, o valor específico mais citado é o compromisso com a verdade o qual suscita a referência à objectividade (Schudson, 1978). A relação com estes valores é objecto de uma crítica insistente. Desta orientação profissional, seguiu-se que nenhuma investigação sobre assuntos de jornalismo deixou de colocar a questão da objectividade.

Kaplan (2002) ofereceu uma das mais completas panorâmicas da história social da imprensa, apresentando várias narrativas sobre a emergência da objectividade.

Livros LabCom



Segundo uma primeira abordagem, a imprensa moveu-se inevitavelmente para a diferenciação social, autonomia ocupacional e liberdade profissional. De acordo com este relato, a objectividade serve como um ideal normativo fortalecido pela modernização, pela diferenciação crescente entre jornalismo, política e negócios.

A maior parte dos relatos históricos acerca da emergência da objectividade aponta a aparição da imprensa popular por volta dos anos 30 do século XIX como o desenvolvimento mais significativo. Terá sido durante esta década que o domínio da imprensa partidária com as suas notícias fortemente politizadas foi substituído por uma imprensa alinhada com os imperativos comerciais. Até aí, os jornais apresentavam quase sempre uma configuração publicista e doutrinária, resultante, em grande parte, da actividade de um intelectual que desempenhava uma missão de divulgação das ideias com que ele se identificava (Schudson, 1978, p. 16). Nos EUA, o *New York Sun*, que apareceu em 3 de Setembro de 1833, é geralmente olhado como o primeiro representante da imprensa popular (Schudson, 1978, p. 43). Segundo Edwin Emery (citado por Oliveira da Silva, 2006, p. 14) só a partir de 1865 é que se inicia a verdadeira revolução na imprensa com o surgimento do jornalismo imparcial e objectivo, consolidada por Adolfo S. Ochs. Este definiu como princípio editorial para o *New York Times* que “as notícias fossem dadas com imparcialidade, sem medo, nem favor, nem consideração para nenhum partido, credo ou interesse envolvidos”. Em França, as primeiras manifestações dessa imprensa popular surgiram com Émile Girardin empresário e jornalista que lançou *La Presse*, *Le Siècle*, *Le Journal des Connaissances Utiles*, procedendo a uma verdadeira “revolução industrial da imprensa”, como lhe chamou Tengarrinha (1986, p. 214). Em Inglaterra, assiste-se ao desenvolvimento desta forma de jornalismo, em especial ao Domingo: *Sunday Times*, *Sunday Monitor* e o *Lloyd's Weekly News* que fará a cobertura do caso de Jack, O Estripador. Em Portugal, foi o *Diário de Notícias* fundado em 1865 por Eduardo Coelho que seguiu o modelo dito supraclassista e partidário (Tengarrinha, 1986, p. 215).

O contorno da esfera pública foi completamente redesenhada por este tipo de jornal que se designava a si próprio como a voz do povo numa era de intensa democratização. O ambiente positivista do século XIX e a invenção e divulgação da fotografia reforçavam a ideia de um retrato fiel dos factos.

O jornalismo industrial emergiu claramente associado aos regimes de verdade marcados pela generalização do capitalismo e das utopias industrialistas



que estão na génese do positivismo. Uma das imagens de marca dos novos tipos de enunciados emergentes no século XIX – a objectividade como relação com o facto servida por uma técnica ou conjunto de técnicas que se idealizam como as mais adequadas à descrição desse facto – não se pode dissociar do optimismo triunfante de uma época em que o progresso surge enfatizado pela capacidade da razão poder averiguar tudo sobre o mundo exterior: “Os repórteres deveriam relatar as notícias como tinham acontecido como máquinas, sem preconceitos nem coloração (...) Qualquer sinal de personalidade que emergisse nos relatos deveria ser suprimido” (Tuchman, 1978, p. 159). Ao empregar o daguerreótipo como metáfora, “os jornalistas construía a imagem do espelho e da cópia. Os jornais apresentaram-se “como produzindo uma fotografia diária da vida nacional” (Schiller, 1979, p. 49). Para o jornalista Isaac Pray, “um repórter deve ser uma máquina de repetir” (Schiller, 1979, p. 50).

Uma outra narrativa acentua os mecanismos de desenvolvimento capitalista (Kaplan 2002, p. 8) que originaram um jornalismo que vê os participantes do público como consumidores em vez de cidadãos.

Graças à sua fundamentação no mercado, muito mais dirigido para as vendas e para a obtenção de publicidade, a imprensa popular forneceu aos leitores produtos mais baratos e mais acessíveis nomeadamente sob o ponto de vista temático. Muitos destes jornais se proclamaram não apenas politicamente neutrais como se revelaram indiferentes aos assuntos da esfera pública (Schudson, 1978, p. 21). A “objectividade” entendida como um relato factual parece conviver com uma despolitização que se faz acompanhar da crise da imprensa partidária.

Em todos os países, na mesma altura, regista-se a convivência fácil entre a adopção desta objectividade e a preferência por um registo sensacionalista: “Prefere-se cada vez mais a informação objectiva à discussão e à opinião, as notícias sensacionais aos editoriais reflectidos” (Tengarrinha, 1986, p. 219).

Uma outra linha de investigação aponta para a existência de razões tecnológicas para o aparecimento da objectividade. Esta seria uma forma literária fortalecida pelos desenvolvimentos tecnológicos entre os quais se destaca a introdução do telégrafo. As novas convenções de um serviço noticioso à distância deixaram a sua marca numa seca linguagem factual, de onde se eliminaram os traços individuais reveladores da subjectividade individual ou de



quaisquer preferências editoriais, destinada a agradar a todos os clientes das agências (Allan, 1997, p. 306).

Uma quarta narrativa começa com a obra já citada de Schudson, *Discovering the News* (1978), relacionando a emergência do profissionalismo com questões de coesão de grupo, poder profissional e a ressonância cultural de pretensões de autoridade profissional. Schudson distingue as crenças jornalísticas do século XIX, fundadas no empirismo ingénuo e na fé nos factos de uma concepção mais moderna, formulada no século XX que encarara as normas da escrita objectiva como um conjunto de estratégias defensivas contra o ambiente de cepticismo e desapontamento que consideravam a objectividade como impossível. O aparecimento de assessores de imprensa levou à consolidação da preocupação com o relato objectivo. Com a introdução das relações públicas por Ivy Lee, o “exclusivo” e a “primeira-mão” começaram a ser ameaçados pelos *press release* e pela comunicação institucional. Este conjunto de circunstâncias tornava-se uma ameaça para a própria razão de ser do jornalismo. Finalmente, durante a I Guerra Mundial, a propaganda de guerra mostrou a sua eficácia na mobilização da opinião para apoiar a participação dos Estados Unidos ao lado dos Aliados (Schudson, 1978, p. 141-142).

Assim, quanto mais se ganhava a consciência da subjectividade, mais importância se dava a um conjunto de conhecimentos a que se dava o nome genérico de objectividade. Generaliza-se todo um movimento em defesa de um novo modo de profissionalismo mas consciente acerca das consequências da subjectividade no relato jornalístico (Schudson, 1978, p. 153).

A pesquisa académica põe em questão o estabelecimento deste laço entre objectividade e profissionalismo. A objectividade não pode ser encarada como a única norma profissional e, muitas vezes, nem sequer como a mais importante. Muitos trabalhos sobre jornalismo fora do Ocidente nem sequer incluem a objectividade como característica do trabalho noticioso. O trabalho de Patterson sobre os jornalistas italianos, suecos britânico, alemães e americanos compreendeu as diferenças entre europeus e americanos no seu compromisso com a objectividade.

Por exemplo, os jornalistas americanos quase sempre afirmam que os seus pontos de vista não têm relações com o ponto de vista dos seus empregadores, enquanto italianos e alemães dizem que os seus pontos de vista políticos estão próximos das posições editoriais dos seus jornais.

Por sua vez, Hallin e Mancini (2004) repudiam a relação entre objectivi-



dade e profissionalismo no universo jornalístico. Na sua perspectiva, o profissionalismo é menos definido em termos de barreiras educacionais ao acesso, a falta de regulação estatal ou o ideal da objectividade; é visto antes, em termos de um maior controlo sobre o próprio processo produtivo (Hallin e Mancini, 2004, p. 34), a presença de normas profissionais distintas (p. 35), e uma orientação dirigida para o serviço público (p. 36). Os diferentes sistemas variam em função do grau de profissionalismo. O modelo mediterrânico de jornalismo mantém um nível relativamente fraco de profissionalização; o modelo norte-atlântico (americano e britânico) e o modelo do Norte e Centro da Europa são ambos altamente profissionalizados. Todavia, ser um profissional não significa necessariamente ser comprometido com a objectividade ou ser livre de relações com os partidos políticos. Por exemplo, os jornalistas do Norte da Europa consideram que a autonomia jornalística é compatível com a intervenção política. Nestes termos, os jornalistas alemães são tão profissionais como os americanos mas as bases sociais do profissionalismo e o conteúdo específico dos valores é muito diferente.

4.4.1 A Controvérsia da objectividade

A objectividade foi objecto de apreciações por parte de um criticismo insistente que provém das correntes influenciadas pelo neo-marxismo e pelo pós-estruturalismo (Foucault, 1971), pelos estudos culturais (Hall, 1993), pelas sociologias críticas (Gitlin; Bourdieu, Halimi), e pela sociologia da organização jornalística (Epstein, 1975).

Procedendo a uma arrumação conceptual simplificada é possível localizar duas posições fundamentais que se confrontam no domínio daquilo a que se poderia designar por abordagem epistemológica do jornalismo: objectivismo e construtivismo (Mesquita, 2003; Sousa, 2000; Montero, 1993).

Na perspectiva objectivista, a realidade social surge como um dado *a priori* que o jornalista deve observar de forma a reconstituir fielmente. Na óptica «construtivista», a «realidade» e a «informação» são entendidas como construções sociais e não como um conjunto de dados preexistentes”.

Enquanto ideal, a objectividade desempenha uma função social na coesão da comunidade profissional. Porém, enquanto modelo de explicação das relações entre factos e enunciados, resiste dificilmente às críticas que lhe são





formuladas. Eis algumas objecções de fundo à posição objectivista que passamos a resumir:

1. A defesa da objectividade enquanto capacidade de os enunciados reflectirem a realidade não constitui, pelo menos hoje, uma posição epistemológica de fundo mas antes uma ficção fundadora que confere razão de ser à profissão.

A objectividade é, antes de mais, um método prático de aproximação dos factos e dos acontecimentos que fazem a actualidade, explicitado num vasto conjunto de regras de procedimento, prontuários e normas que auto-legitimam a sua actividade: é a condição de possibilidade da *techné* a que se dedica, o método que, supostamente, o transporta até à verdade dos factos (Mendes, 2001: 392).

Para autores como Schiller (1979), Tuchman (1978) ou Hackett (1993), a crença no relato noticioso como espelho da realidade tem os seguintes objetivos principais:

- a) A afirmação da legitimidade dos profissionais de jornalismo. Pretende-se transmitir a ideia de que existe uma profissão especializada no relato da verdade acerca do mundo social, que essa profissão depende de um saber estabelecido e que a aplicação desse saber origina relatos competentes sob o ponto de vista da sua adequação à realidade.
 - b) A protecção dos profissionais contra situações atentatórias da sua integridade profissional. Se existe uma parcela da realidade que pode ser relatada desde que se observem determinados procedimentos, então o seu cumprimento assegura que o jornalista ficará salvaguardado contra situações desagradáveis como julgamentos, processos de difamação e calúnia, etc. (Tuchman, 1993, p. 83).
2. A defesa da objectividade tal como é aqui apresentada não corresponde, pois, à afirmação de uma posição epistemológica no âmbito de uma controvérsia sobre a natureza dos factos e da verdade das suas descrições, a não ser no âmbito de posições empiristas muito ingénuas. A defesa





da sacralidade dos factos merece da parte de Urabayen a alusão a um texto de Claude Bernard em que este afirma que “todo o facto é uma abstracção”. Com esta frase, recorda-se que é o observador quem determina uma parcela da realidade, para isolá-la debaixo da denominação de facto (Urabayen, 1993, p. 23). Igualmente, é possível invocar as posições de Weber segundo as quais “há uma minúscula parte da realidade individual considerada em cada caso que é colorida pelo nosso interesse, condicionada por ideias de valor, e só essa parte é que tem para nós significado” (Weber, 1995, 624).

As reflexões em torno da linguagem enquanto produto histórico e cultural contribuíram para esta visão crítica da objectividade. O estudo do discurso permitiu compreender que a linguagem não se esgota na sua função referencial. Foi possível equacionar a existência de diferentes géneros de discurso que vão abordar a realidade de maneiras diferentes assim como ter em conta a diversidade de auditórios a que se dirigem esses discursos.

As contribuições da ciência cognitiva colocaram dificuldades à concepção ingénua e positivista de objectividade. A objectividade como capacidade de reproduzir exactamente a realidade não deixa qualquer capacidade interpretativa na formação do conhecimento. Só pode ser sustentada enquanto tal se for teoricamente relacionada com os modelos transmissivos da informação, centrados na difusão unilateral de dados codificados por um emissor através de um canal até um receptor que os descodifica e os envia ao destinatário. Ora, sabe-se que o cérebro humano não se limita a reproduzir um saber mas a recriá-lo, a reproduzi-lo e a reinterpretá-lo num processo complexo em que intervêm esquemas de interpretação, informações prévias e em que a própria emoção (Damásio, 1995), anteriormente reduzida ao papel de ruído no modelo emissor-receptor também intervêm de forma imprescindível (Meditsch, 2002, pp. 12-13).

À intervenção do equipamento cognitivo dos indivíduos na produção e reprodução do conhecimento soma-se o papel desempenhado pelas instituições e pelas tecnologias intelectuais disponíveis em cada sociedade e cultura, graças às mutações que desenvolvem em torno das formas de conhecer e de pensar (Goody, 1988; Ong, 1982; Lévy, 1994 citados por Meditsch, 2002, p. 14).

3. A crença num olhar jornalístico desenraizado do contexto de produção

Livros LabCom





noticiosa é desmentido pelas observações praticadas no âmbito da pesquisa de sociologia da produção noticiosa (*newsmaking*). Estes estudos realçam que os contextos profissionais, organizativos e burocráticos circundantes fazem incidir uma influência decisiva nas escolhas por parte dos diversos elementos que participam na produção noticiosa.

Nas diversas fases da actividade de recolha, distribuição e produção de notícias, a acção mediadora do jornalista exerce-se no contexto de diversos factores constitutivos de uma rede complexa de condicionalismos e constrangimentos que, no termo do processo, fazem com que as notícias tenham um determinado conteúdo, uma determinada forma. As notícias são assim encaradas como um resultado de interacção entre factores de natureza pessoal, social cultural, ideológica, económica, política, entre outras.

- 4 Apesar de tudo considera-se que a objectividade pode funcionar como uma espécie de compromisso orientador com uma ambição de ser preciso e rigoroso. Por um lado, em face da óbvia paralisia que constituiria a interrogação permanente sobre o estatuto epistemológico dos «factos» com que lida, o sistema conceptual positivista e empirista permite realizar o trabalho. Apesar de ele não poder ser objectivo,

o destinatário da mensagem jornalística, independentemente das reflexões epistemológicas, confrontará sempre o jornalista e, sobretudo, o repórter, com a exigência que se traduz, na linguagem do senso comum, em «dizer as coisas como elas são». Mesmo que se saiba que essa transparência não é possível, que a percepção, a linguagem, a «grelha» cultural o limitam na pretensão de reconstituir os acontecimentos, mesmo que se saiba que os factos, no dizer de Paul Veiyne, «são aquilo que nós os fazemos ser», o profissional de jornalismo confronta-se com a necessidade externa, social, comunitária, de mobilizar, nas palavras de Ricoeur «uma subjectividade que seja precisamente apropriada à objectividade» visada pelo historiador ou, acrescentamos nós, pelo jornalista. (Mesquita, 2003, p. 47)

A adequação entre os enunciados e os factos, pensada de uma forma ingénua e positivista, não existe. Todavia, nenhuma das observações relativas às





cautelas a ter com a noção de objectividade tem necessariamente de implicar o menor afastamento do rigor no relato ou uma espécie de licença para mentir ou para ficcionar. Assim, “o jornalismo não apenas assume com o consumidor de notícias a obrigação de ser veraz mas também o compromisso de usar de todos os recursos possíveis para evitar o engano ou erro” (Gomes, 2009, p. 11).

Deste modo, a crítica de uma noção ingénuo de objectividade (como aquela em que se acredita que a notícia seja o espelho da realidade) não significa que se desista de ultrapassar os obstáculos que impedem um relato sério e rigoroso.

4.5 Os saberes comuns

Além de um corpo de valores, é necessária a existência de um corpo de saberes suficientemente estruturado para que se possa falar de uma identidade profissional. Ericson, Baranek e Chan estabeleceram a ideia de um saber de reconhecimento, de um saber de procedimento e de um saber de narração.

O saber de reconhecimento – como localizar um evento – está ligado à capacidade de identificar os factos e acontecimentos que merecem ser tratados por notícia graças a determinados hábitos mentais que se consolidam na profissão: a focagem no conflito e a estruturação em pólos opostos geralmente dramatizados, a insistência no acontecimento como unidade mínima em detrimento do tema e o imediatismo e a instantaneidade. Aqui, o jornalista recorre a um conjunto de valores – notícia e a à sua perspicácia noticiosa metaforicamente definida como «faro» e que seria uma competência que o distinguiria das restantes pessoas (Traquina, 2004, p. 80).

O saber de procedimento – como desenvolver um tema, que fontes ouvir, que métodos usar para as interrogar e escutar, como gerir o tempo – está ligado ao conjunto de actos que se consideram adequados ao processamento de informação, ou sejam os conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para a elaboração da notícia (Traquina, 2004, p. 80). O jornalista é vocacionado para uma orientação pragmática e segue uma postura epistemológica em que emana uma prioridade da acção sobre a reflexão. Com efeito, “o processamento das notícias não deixa tempo livre para



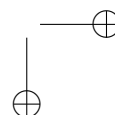


o processamento epistemológico para uma análise epistemológica reflexiva” (Tuchman, 1993, p. 76).

O saber de narração – como apresentar um dado de uma forma jornalística – implica o domínio minucioso de uma forma de escrita determinada: a clareza, a brevidade e a concisão, a capacidade de produzir parágrafos e períodos claros e sugestivos, a insistência numa fórmula gramatical ideal com frases estruturadas em «sujeito-predicado-complemento directo», a economia narrativa, a escrita abreviada, a supressão dos advérbios de modo, a rapidez de identificação e de construção do *lead*, a descrição dos detalhes particulares, o recurso aos verbos na voz activa, a capacidade de reactivar um inventário discursivo, aplicável a notícias semelhantes. Em suma, o «jornalês» realça o concreto, o particular, o individual em oposição ao estrutural ao abstracto, ao universal. Nesse sentido, se compreende esta observação:

Na sua melhor forma, o «jornalês» exprime-se de uma forma viva através da voz activa e caracteriza-se pela concisão, pelo realismo gráfico e pela criação de ambientes. Os jornalistas utilizam palavras concretas e a descrição detalhada para transmitir a sensação de que «se está ali»: o realismo gráfico é a marca distinta do «jornalês». O realismo jornalístico baseia-se na precisão dos pormenores e das particularidades concretas (...) Para atingir este objectivo, o repórter interpreta a acção humana através da selecção de detalhes dela extraídos, em vez de tecer comentários acerca da mesma” (Phillips, 1993, p. 328).

A diminuição do número de parágrafos, a organização dos elementos da notícia, por uma ordem de importância decrescente, a universalização do parágrafo chamado *lead*, a insistência nos verbos no pretérito perfeito, as exigências colocadas para assegurar o apelo do relato com a utilização da frase curta e concisa, de preferência com não mais do que vinte palavras, a ordenação das palavras de acordo com um critério que enfatiza o “quem” e o “quando”, a necessidade de evitar abusar dos advérbios de modo, por dificultarem a leitura, o recurso aos verbos na voz activa que conferem ao jornalismo uma “personalidade própria”, um estilo “nervoso” que reflecta a urgência da actualidade são algumas das características deste saber de narração (Tuchman, 1978, p. 133).





4.6 Os critérios de noticiabilidade

O saber de reconhecimento está inevitavelmente relacionado com os valores-notícia. Logo, os jornalistas adquirem, como uma parte do seu profissionalismo, em grande parte através do treino, da pressão exercida pelos seus pares e na sala de redacção, um saber instintivo que lhes permite identificar e hierarquizar a multiplicidade de acontecimentos que acontecem no mundo real.

Segundo Galtung e Ruge (1993, p. 63),

o mundo pode ser comparado a um enorme conjunto de estações radiodifusoras, cada uma a emitir o seu sinal ou o seu programa no seu próprio comprimento de onda. A emissora é contínua, correspondendo ao axioma que está sempre a acontecer algo a qualquer pessoa no mundo. O conjunto de acontecimentos mundiais, então, é como a cacofonia que se obtém quando se procura obter um posto num receptor de rádio e, sobretudo, se isso for rapidamente em onda média ou onda curta. É óbvio que esta cacofonia não faz sentido, e só pode ser inteligível se um posto for sintonizado e escutado durante algum tempo antes de passar para o seguinte. Tal conceito de noticiabilidade implica a existência de critérios pelos quais essa qualidade – a noticiabilidade – é reconhecida: os valores – notícia.

Galtung e Ruge enumeraram doze valores-notícia:

Frequência – A frequência respeita à existência de uma espécie de sintonia entre a frequência do acontecimento e a periodicidade jornalística. É possível publicar um assassinato que se dá entre duas edições de um jornal, mas não é possível dar conta de uma morte específica que se desenvolve durante uma batalha em que há, pelo menos, um morto em cada minuto, tal como não é possível descrever minuciosamente a construção de uma barragem.

Amplitude – Critério que se refere à dimensão e intensidade de um acontecimento. Assim, quanto maior a amplitude de um acontecimento, mais provável será a sua divulgação.

Livros LabCom





Clareza (ou falta de ambiguidade) – O acontecimento a noticiar terá de ser unidimensional, apenas com um significado. Quanto menos dúvidas houver em relação ao significado de um acontecimento, maiores são as probabilidades de ser noticiado. Quanto mais claro e inequívoco for o sinal, mais provável a audição dessa frequência. Para usar o termo associado à rádio, quanto menor o ruído mas audível se tornará o sinal.

Significância (de proximidade e relevância) – Critério que resulta da junção de duas interpretações: proximidade e relevância. O acontecimento terá mais impacto quanto maior for a proximidade cultural com a audiência e tem de ser relevante. Quanto mais significativo for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência. O termo «significativo» associa-se à ideia de ser interpretável dentro da estrutura de significados do ouvinte, remetendo para uma certa proximidade cultural.

Consonância – A capacidade de inserir uma “nova” acção numa “velha” definição. Quanto mais consonante for o sinal com a imagem mental do que se espera encontrar, mais provável será a audição dessa frequência. O valor notícia da consonância está ligado com uma pré-imagem mental. Os acontecimentos que se desviarem muito das expectativas existentes não serão registrados.

Inesperado – Dentro do conjunto dos acontecimentos candidatos a notícia, o mais inesperado tem maior probabilidade de ser escolhido. O carácter inesperado do acontecimento é um critério que parece corrigir os restantes. É o inesperado dentro dos limites do significativo e do consonante.

Continuidade – Logo que algum acontecimento 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.

Composição – Os acontecimentos são escolhidas de modo a constituir um todo equilibrado. Quanto mais um sinal for sintonizado, mais valerá a pena sintonizar um sinal de tipo diferente da próxima vez. No fundo, se houver um número muito elevado de notícias do estrangeiro, o valor de noticiabilidade de notícias domésticas será mais elevado.





Enquanto estes oito primeiros valores parecem variáveis independentes da cultura em que se verificam, há factores que influenciam a transição dos acontecimentos para as notícias e que são culturalmente determinados.

Referência a nações de elite – Quanto mais um acontecimento diga respeito às nações de elite mais existe a possibilidade de ser representado.

Referência a pessoas de elite – Valor-notícia da proeminência do actor do acontecimento enquanto pessoa de elite, uma vez que as acções de elite são geralmente mais importantes do que as actividades dos outros.

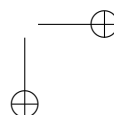
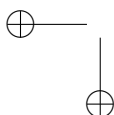
Personificação (referência às pessoas envolvidas) – As notícias têm tendência para apresentar os acontecimentos como protagonizados por um sujeito, uma determinada pessoa ou colectividade composta por algumas pessoas, e o acontecimento é então visto como uma consequência da acção dessas pessoas.

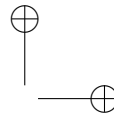
Negatividade (*bad news is good news*) – As más notícias tendem a ter mais impacto perante a audiência. Quanto mais negativo for o acontecimento, mais provável a sua transformação em notícia (Galtung e Ruge, 1993, p. 63-69).

4.6.1 Valores-notícia (2): tipologia de Ericson, Baranek, e Chan, Mauro Wolf e Nelson Traquina

Para além da clássica arrumação de Galtung e Ruge também Ericson, Baranek e Chan (1967: 165), Mauro Wolf (1987) e Nelson Traquina (2004) apresentaram uma tipologia de valores-notícia (critérios de noticiabilidade).

Os primeiros indicaram os seguintes: a) a simplificação entendida como ausência de polissemia e de ambiguidade; b) a dramatização, isto é a possibilidade de ser reconhecido como um elemento que induz interesse emocional; c) a continuidade, ou seja a existência de enquadramentos pré-estabelecidos que permitam identificar o item específico; d) a consonância, valor que se articula consideravelmente com o anterior e que tem que ver com características que sejam facilmente reconhecíveis; e) o inesperado, em especial aquele que se reveste de uma tonalidade negativa e, f) a infracção, importante valor notícia associado à norma e ao desvio.





A classificação de Wolf (1987) não procedeu a uma alteração da teoria dos “valores-notícia”. Antes tentou uma arrumação nova de várias tipologias de valores – notícia já existentes, dividindo-os em cinco categorias: a) as características da notícia ou o seu conteúdo; b) a disponibilidade do material; c) as características relativas ao produto; d) as características relativas ao público; e) as características relativas à concorrência.

Quanto aos critérios substantivos, identificou os seguintes: a) grau e nível hierárquico dos protagonistas envolvidos no assunto, sejam indivíduos ou instituições; b) impacto sobre a nação ou interesse nacional; c) quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; d) relevância e significação de um acontecimento quanto à evolução futura de uma dada situação.

Relativamente aos critérios respeitantes à disponibilidade de materiais, dizem respeito ao quanto os acontecimentos são susceptíveis de serem tratados nas formas tecnicamente disponíveis, quão acessível são para os jornalistas, quão estruturáveis estão de modo a serem facilmente cobertos, quão mais ou menos exigente são em termos de disponibilidade de meios (Elliott e Golding, 1999, p. 44 citado por Wolf, 1987, p. 182).

No que toca às características do produto salientam-se: a) a brevidade, isto é a exposição sucinta; b) o carácter negativo; c) o carácter insólito que se traduz no privilégio relativo dado à ruptura, à descontinuidade no fluxo regular dos acontecimentos; d) a actualidade; e) o ritmo, entendido no sentido em que um acontecimento aborrecido e ritualista pode ser apresentado com técnicas de exposição ou apresentação que o tornem atraente; f) o seu carácter exaustivo, ou seja apresentação dos pontos de vista contraditórios, a clareza e o respeito pelos padrões técnicos mínimos.

Quanto aos critérios relativos ao público, Wolf comenta os pressupostos implícitos acerca do que o público deseja: os critérios relativos à estrutura narrativa, a capacidade de atracção do material que acompanha a notícia, o entretenimento e a importância da notícia.

No que diz respeito aos critérios resultantes da concorrência, assinala-se que a competição pelos exclusivos obriga a duas tendências: o centramento em personagens de elite e na informação institucional que acabam por se tornar responsáveis por processos de distorção involuntária; a criação de expectativas recíprocas que fazem com que uma notícia acabe por ser publicada pelo simples facto de ser plausível que o concorrente o faça. As expectativas recíprocas adicionam um factor de desencorajamento da inovação que se



traduz, nomeadamente, na existência de semelhanças entre os vários órgãos noticiosos.

Nelson Traquina (2004, pp. 108 e seguintes) considerou a existência de dois tipos de critério, designadamente valores-notícia de selecção, os quais podem ser substantivos ou contextuais, e os valores notícia de construção.

Nos valores-notícia de selecção substantivos indicou os seguintes: a) a morte que surge como o valor mais elevado de qualquer sistema de relevâncias; b) a notoriedade, na medida em que os acontecimentos que dizem respeito às pessoas de elite sejam mais facilmente registados; c) a proximidade, seja em termos geográficos seja em termos culturais; d) a relevância entendida como a necessidade de informar o público dos acontecimentos que se acredita serem importantes porque têm impacto na vida das pessoas; f) a novidade; g) o tempo no sentido em que uma data pode servir de pretexto (de “news peg”, literalmente um cabide para a notícia) para originar uma notícia como acontece com a efeméride: vejam-se as notícias sobre os aniversários do 11 de Setembro ou da queda da Ponte de Entre-os-Rios; h) a notabilidade, isto é “a qualidade de ser visível, de ser tangível” (Traquina, 2004, p. 110) i) o inesperado, j) o conflito ou a controvérsia especialmente apreciados se atingirem a violência em domínios institucionais em que esta é tradicionalmente interdita; 10) o escândalo, profundamente ligado à infracção.

Seguidamente, esta classificação indica os seguintes valores contextuais de selecção: a) A disponibilidade, “isto é, a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento” (Traquina, 2004, p. 115); b) o equilíbrio, ou seja a preocupação com a existência de matérias diversificadas e, consequentemente, a preocupação de evitar notícias em quantidade excessiva sobre o mesmo tema; c) a visualidade, isto é a existência de material disponível de qualidade que ajude a tornar a notícia mais interessante e atractiva; d) a concorrência, a procura do *scoop* (da «catch»), tendência para exercer uma vigilância sobre os restantes membros da profissão, a qual origina o *pack journalism*, isto é a tendência para um funcionamento de grupo; e) a adequação às rotinas temporais das organizações noticiosas.

Em terceiro lugar, indicam-se os valores-notícia de construção: a) a simplificação já que quanto menos ambígua e mais directa, mais possibilidades tem a notícia de ser publicada; b) a amplificação já que quanto mais amplificado é o acontecimento mais possibilidades tem de ser seleccionado; c) a relevância a qual se deve tornar manifesta; d) a personalização, a qual permite



um contacto mais directo com o público leigo; e) a dramatização, entendida como o reforço dos aspectos críticos, dramáticos e conflituais.

4.7 Novos problemas

Apesar do reconhecimento dos saberes jornalísticos, novos problemas surgem. Identificamos aqui três tipos de problemas colocados pelos desenvolvimentos recentes do jornalismo: a) as questões relativas ao profissionalismo e à legitimidade da profissão; b) as questões relativas aos valores jornalísticos, nomeadamente à objectividade; e c) as questões relativas aos saberes de reconhecimento, procedimento e narração.

Quanto às questões relacionadas ao profissionalismo e à legitimidade da profissão jornalística, um dos problemas que urge ter em conta é a possibilidade de as recentes transformações decorrentes do jornalismo *online* gerarem movimentos de desprofissionalização e de proletarização do exercício do jornalismo. A desprofissionalização, segundo Marie Haug (citada por Fidalgo, 2008: 53) resultaria do conjunto de factores como sejam a evolução tecnológica que torna mais acessível e difundido o conhecimento (já não só aos iniciados mas também aos leigos o que é manifestamente visível em movimentos como o jornalismo cidadão); a revalorização progressiva dos saberes empíricos, susceptíveis de serem aprendidos por pessoas sem formação académica; a crescente especialização dos domínios profissionais; a crítica crescente, por parte dos consumidores ao elitismo, à impunidade e à mercantilização de muitos profissionais e as reivindicações progressivas de clientes no sentido de uma maior participação nas decisões dos próprios profissionais. Numa relação verdadeiramente profissional, o trabalhador, porque possui o *background* teórico, dispõe do monopólio na formação do juízo e o cliente não pode fazer o diagnóstico nem propor a solução para o seu problema. Quando uma ocupação caminha na direcção da profissionalização, uma das suas aspirações é adquirir este monopólio. Entre os poderes associados ao exercício de formação está o exercício do controlo sobre os mecanismos que se associam à aquisição das competências que permitem exercer o seu juízo e o seu parecer, aplicar o seu saber em condições de monopólio (Traquina, 2004, p. 46). Neste sentido, uma das propostas de reforma do jornalismo que recentemente tem adquirido adeptos – o Jornalismo do Cidadão – pode ser a expressão prática e intelectual





de tendências que promovem a desprofissionalização. Gillmor (2004) assume a existência de uma dicotomia entre a passividade do público no modelo tradicional do *broadcast* (*one-to-many*), e o modelo de “*thinking network*” (*many-to-many*) característico dos *blogs* e outras manifestações próprias da Internet. Daqui surge o conceito de «prossumidor», híbrido de produtor e consumidor. Assim, considera-se que, com a Internet e o jornalismo cidadão “a profissão de jornalista encontra-se num momento raro da sua história no qual, pela primeira vez, a sua hegemonia como *gatekeeper* de notícias está ameaçada não apenas por novas tecnologias e novos concorrentes mas, potencialmente, pela própria audiência a que serve” (Bowman e Willis, 2003: 7). As linhas de fronteira entre profissional e não e profissional, jornalista e *autor* de um *blogue* estão a tornarem-se mais difusas. Autores ou responsáveis de *blogues*, antes vistos como intrusos cujas pretensões à jurisdição jornalística eram rejeitadas pelo jornalismo tradicional, recebem agora credenciais de imprensa para grandes eventos. Grande número de amadores com câmaras incorporadas nos telemóveis estão espalhadas por todo o mundo, ultrapassando em número os profissionais disponíveis e têm acesso imediato a acontecimentos, como aconteceu nas bombas do metro de Londres publicadas pela imprensa tradicional de todo o mundo.

Por outro lado, outros desenvolvimentos na transmissão de informação alteram o carácter da forma como a pretensão de autoridade do jornalista se exprime. Na televisão, o crescente uso do directo entre um apresentador no estúdio e um repórter localizado no campo conduziu a um grau de informalidade no discurso que conduz a um distanciamento na factualidade. Montgomery (2006), num estudo sobre a BBC verificou como os repórteres usam cada vez mais termos como “provavelmente”, “talvez”, “penso que, ou o meu instinto diz-me que...”, introduzindo um estilo mais pessoal do que institucional no discurso das notícias.

Outro movimento seria a proletarianização, um processo em que as condições de trabalho conduzem numerosas profissões à condição de assalariados, e que se verificaria nas próprias profissões estabelecidas exercidas em regime liberal (médicos, engenheiros, advogados). Esta proletarianização implica o declínio de competências e qualificações dos profissionais e da sua autonomia de trabalho, graças a um processo em que pela fragmentação, desqualificação e rotinização das actividades profissionais, os trabalhadores tornar-se-iam cada vez mais meros executantes (Fidalgo, 2008, p. 56).

Livros LabCom



Estas tendências seriam particularmente visíveis no campo dos jornalistas, prolongando debates há muito travados no seio desta profissão. A evolução tecnológica permitiu o surgimento de actividades «parajornalísticas», ferindo o tradicional monopólio jornalístico, no tratamento, recolha e difusão de informação noticiosa sobre a actualidade. Simultaneamente generalizaram-se as situações em que as fontes se dirigem directamente ao público, prescindindo da intermediação dos jornalistas e as situações em que o público acede, ele próprio directamente, às fontes (Fidalgo, 2008, p. 60).

Quanto ao corpo de valores, há hipóteses que indicamos no jornalismo no mundo digital (ou, pelo menos nalgumas das suas formas) de pensar a objectividade de outro modo. Dan Gillmor (2005) pensa que é altura de dizer adeus à objectividade jornalística, uma construção recente que considera relacionada com a consolidação dos jornais e da televisão em modelos oligopolistas e monopolistas. Curiosamente, Gillmor propõe a sua substituição por quatro valores fundamentais: profundidade, exactidão, equidade (*fairness*) e transparência. Profundidade significa uma maior diversidade e exigência na escuta de pontos de vista, não apenas de fontes mas também de leitores. Exactidão (*accuracy*) significa ir directo aos factos – o que não nos parece uma reflexão particularmente sofisticada por parte do famoso repórter. A definição é mais promissora quando ele sugere que o repórter deve dizer não apenas o que sabe mas também admitir o que não sabe, e convidar o leitor ou o ouvinte, a preencher as lacunas caso tenha conhecimentos para isso. A equidade implica estar disponível não apenas para escutar os vários pontos de vista implicados mas, sobretudo, o ponto de vista alheio e diferente. A transparência sugere a possibilidade de os jornalistas exporem não apenas conflitos de interesse que possam ter mas a exposição de elementos relacionados com a obtenção dos elementos que originaram a história.

Outros trabalhos não despedem a objectividade mas sugerem, antes, que o grau de objectividade que um conhecimento pode alcançar reside na maior diversidade de perspectivas que ele pode acolher. É o caso da concepção de Resolução Semântica nos estudos sobre jornalismo digital, apresentada por António Fidalgo. Para explicar o que seria o conceito no jornalismo digital, o autor assinalou que um determinado evento terá uma melhor abordagem quanto maior for a resolução semântica. Esta é constituída pela pluralidade e diversidade de notícias sobre o mesmo acontecimento, assim como pela participação dos utilizadores no processo informativo. Segundo Fidalgo, depen-



dedo da importância e do interesse do acontecimento relatado, as notícias aumentarão em número e em detalhe, tal como uma imagem digital aumenta de qualidade com o aumento da resolução gráfica – número de pixels por centímetro quadrado –, permitindo desse modo uma visão mais em pormenor do acontecimento (2007, p. 101). Tal corresponderia a uma maior objectividade. Uma notícia no jornalismo digital pode construir-se, inicialmente, apenas por uma curtíssima informação: “no online, tal como ocorre na rádio e na televisão, as primeiras notícias, ou as notícias de última hora, são dadas de forma extremamente lacunar, deficiente mesmo, que só as notícias posteriores vêm não só completar, mas também modificar e corrigir” (idem, p. 102). Depois, sucedem-se os detalhes e “à medida que forem chegando notícias subsequentes a notícia do que ocorreu vai ganhando forma, ou seja, aumenta a sua resolução semântica” (idem, p. 102).

Esta abordagem permite relacionar o conceito de interactividade com o conceito de objectividade.

Um outro aspecto que o conceito de resolução semântica recobre bastante bem é o da interactividade que permite aos leitores participar no processo informativo. As adendas, confirmações, correcções e os comentários feitos pelos leitores emprestam uma maior densidade semântica às notícias a que reagem desse modo. Aliás, onde mais se verifica a pertinência do conceito de resolução semântica é no jornalismo de fonte aberta, tal como levado a efeito no *slashdot.org*. De tal modo é importante a participação da comunidade de leitores que é justamente essa participação e o correspondente grau de resolução semântica que determina a importância ou o destaque da notícia. O caso limite do aumento da resolução semântica, como meta a atingir no infinito, será o da saturação semântica, o estado em que todas as informações sobre o evento estariam disponíveis. Segundo o modelo de resolução semântica uma notícia é tanto mais objectiva quanto os seus traços ou dados informativos são confirmados, e eventualmente complementados, pelo incremento da resolução semântica. Será tanto menos objectiva na medida em que for alterada, corrigida ou negada pela progressão da resolução semântica (Fidalgo, 2007, pp. 102-103).



Um aspecto que tem que ser reservado nesta hipótese é a de ela se aplicar ao jornalismo sobre base de dados, similar ao que ocorrem slashdot.org, onde se procede ao enfiamento das notícias pertencentes ao mesmo tema ou subtema e em que os reparos comentários e críticas são incluídos no mesmo campo (Fidalgo, 2007, p. 105). Em base de dados existe uma possibilidade de classificação muito mais rica, que pode esgotar idealmente todas as possibilidades de a classificar, suscitando inclusive cruzamentos, remissões e sucessivas contextualizações. Permite, por exemplo, através da classificação externa, evidenciar novos contextos (geográficos, históricos, sociais, culturais, económicos, espirituais) e tornar manifestas as relações de uma notícia com outras notícias (Fidalgo, 2007, p. 108).

As investigações produzidas indiciam que há saberes de narração, procedimento e reconhecimento que têm de ser treinados em função de um ambiente online.

Os trabalhos de Domingos (2006) indiciam a necessidade de reformular o saber de procedimento ao nível das fontes e das rotinas da redacção. Ao nível organizacional, prevêem-se alterações significativas em relação à identidade do profissional de jornalismo, a sua relação com o contexto organizacional em que se encontra inserido, novos tipos de relação com as fontes onde se levantam questões de credibilidade e de identidade, alteração de normas de socialização interna e formas de interacção com os restantes jornalistas e, ainda, dos modos de gestão dos constrangimentos associados ao espaço e ao tempo. Um dos elementos que parece poder acentuar-se é a relação com o tempo – a «cronomentalidade» – por parte dos jornalistas: devido à possibilidade constante de actualização constante do noticiário, os prazos tendem a concretizar-se no imediatismo. Verificar-se-ão, provavelmente, também alterações quanto ao modo e circunstâncias em que se processa a gestão no acesso ao espaço público, uma função tradicionalmente atribuída ao jornalista. Aos jornalistas continuará a estar destinado uma actividade de selecção, hierarquização, descodificação, contextualização e construção de sentido que continua a ser essencial. Porém, o poder que os jornalistas possuíam na circulação de informação no espaço público será transformado. Em confronto com outras vozes que tem possibilidade de fazer a difusão de informação com recursos que antes só se encontravam praticamente disponíveis para o campo jornalístico tradicional.

Muitas das hipóteses colocadas pelos trabalhos de Singer (1998), Bruns



(2005), Domingos (2006) identificam novas exigências para o saber de reconhecimento, o qual é um saber que está inelutavelmente relacionado com a definição de noticiabilidade. A tensão entre a participação e a interactividade e o imediatismo (que, afinal, é um critério que se coaduna com os valores – notícia clássicos) reflecte o relacionamento com critérios de noticiabilidade. O que é que prevalece: a participação dos utilizadores ou a afirmação do *news judgment* tradicional?

Quanto ao futuro do saber de narração, parece ser a questão à qual a pesquisa parece dar maior atenção. Hoje conhecem-se mais detalhadamente as hipóteses que resultam da natureza multimediática e interactiva nos novos media. Um jornal *online* que desenvolva todas as possibilidades do mundo digital conduz à integração de novos tipos de informação (textual, icónica e sonora), com maior capacidade de resposta e de personalização. Ao nível estilístico e narrativo, a introdução do multimédia transporta novas possibilidades. Ao nível da escrita digital emergiu uma cultura que parece conviver com a busca de uma nova forma de expressão centrada na convergência e nas possibilidades de remissão permanente entre textos, imagens e sons, enquanto elementos de um discurso coerente. A retórica específica do jornalismo *online* está a ser construída: textos, som, imagem fixas ou em movimento, infografia, gráficos ou animação em três dimensões. Assim, mais do que o tamanho dos textos poder-se-á falar da sua profundidade.

O jornalismo tradicional espelha uma cultura hierárquica, sequencial e cronológica. O hipertexto é uma informação legível por seres humanos vinculados entre si de uma maneira não obrigatória, já que cada um vai seleccionar os vínculos ou enlaces (*links*) que considera mais relevantes ou atractivos. Uma questão que se prende com a produção destes novos conteúdos noticiosos é a possibilidade de todas as peças inclusivamente as mais simples poderem remeter para contextos de documentação muito vasta e aprofundada, como uma possibilidade aberta ao receptor. Hoje a remissão para documentos áudio e audiovisuais tornou-se algo muito frequente. Assim, o encurtamento de textos não implica necessariamente redução dos níveis de aprofundamento dos temas.







Capítulo 5

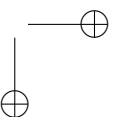
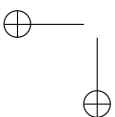
Os Efeitos das notícias

5.1 A importância da Teoria dos Efeitos

A importância da teoria dos efeitos enquanto elemento ordenador da sociologia da comunicação marcou a constituição deste campo. Nomeadamente, proporcionou a formulação de propostas teóricas e metodologias originais, gerou novas técnicas de análise e permitiu o desenvolvimento de várias pesquisas (Esteves, 2009, p. 15). A importância concedida ao jornalismo nesta área de pesquisa justifica uma referência detalhada na Teoria da Notícia.

Apesar de não existir uma classificação completamente consolidada da teoria dos efeitos, nem uma sistematização abrangente dos resultados do inúmero volume de pesquisas que foram desenvolvidas ao longo dos anos, é possível expor coerentemente algumas linhas de investigação fundamentais para uma análise dos efeitos sociais dos meios jornalísticos. Intui-se que a comunicação jornalística é um elemento importante na organização da vida quotidiana.

Kraus e Davis (1976) consideram que a investigação sobre os meios de comunicação na sociedade passou no século XX, por três etapas fundamentais: 1920-1940, uma etapa em que se verificaria uma crença no poder onipotente dos *media*; as décadas de 1940-1960 corresponderiam a época de crença num poder de persuasão muito restringido dos *media*; 1960 em diante caracterizar-se-ia por uma revalorização da importância dos *media*, em especial do jornalismo.



Severin e Tankard (1979) enunciam quatro etapas:

A primeira fase coincidiria com a teoria da “*magic bullet*” e equivaleria à pesquisa efectuada durante as décadas de 20 a 40.

A segunda coincidiria com a etapa dos efeitos limitados coincidentes com as décadas de 40 a 60 e culminaria com a obra de Klapper, “*The Effects of Mass Communication*”, espécie de sùmula dos trabalhos efectuados durante o período de hegemonia dos trabalhos influenciados por Lazarsfeld, apesar de a influência do paradigma dominante ter prosseguido durante mais de uma década.

A terceira etapa equivaleria a anos de viragem em que ainda se sente a influência académica dos “efeitos limitados” mas em que já se antevê a busca de novas teorias e hipóteses.

Finalmente, num quarto período de pesquisa, assistir-se-ia a uma revalorização dos efeitos dos *media*, apoiada em trabalhos como os de Noelle-Neumann, McCombs e Shaw, etc. Autores como Enric Saperas (1993) consideraram que esta última etapa não coincide apenas com uma maior crença na intensidade dos efeitos mas com uma deslocação das análises desde a persuasão a curto prazo para efeitos de longo prazo centrados na cognição.

Não é possível desligar a pesquisa sobre os efeitos do seu contexto histórico, designadamente ao período entre as duas guerras mundiais, marcado por uma crise sistémica, a revolução comunista, a disseminação dos regimes totalitários na Europa, conjuntamente com uma vibrante expansão tecnológica e industrial dos meios de comunicação de massa (Esteves, 2009, p. 16-17).

Nesse sentido, sugeriu-se a integração de teorias sobre os efeitos culturais e ideológicos dos *media*, como sejam os modelos da sociedade de massa da Escola de Frankfurt, o funcionalismo e os modelos centrados na ideologia e hegemonia, designadamente os percursos efectuados no âmbito dos Cultural Studies, em Glasgow e Birmingham (Adoni e Mane, 1984).

As oposições que se repercutem na teoria dos efeitos correspondem a tradições que, durante uma parte significativa do século XX, conheceram destinos bem diversos: enquanto nos Estados Unidos a investigação incidiu principalmente sobre o efeito da propaganda, da rádio e da imprensa na opinião pública, na Europa, uma parte considerável da génese destes estudos possui uma matriz marxista e weberiana estando sobretudo ligada à explicação da estrutura social, económica e tecnológica dos meios e às consequências sociais e culturais dos mesmos.



Muitas das reflexões efectuadas no âmbito da pesquisa dos efeitos mantiveram -se durante um período de tempo considerável de costas voltadas. A tradição da investigação positivista opôs às abordagens provenientes da teoria crítica objecções relativas à falta de garantias que comprovassem as suas afirmações, ao seu subjectivismo e, conseqüentemente, à falta de dados fiáveis nos quais se pudessem fundamentar para além das suas posições ideológicas. Por seu lado, os teóricos de Frankfurt rechaçavam qualquer crítica positivista, ao negarem rotundamente a validade deste método, o qual, na sua perspectiva, se limitava a reduzir o pensamento a uma tarefa passiva de reconhecimento dos factos.

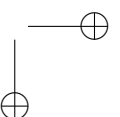
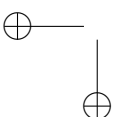
Assim, apresentavam-se duas posições opostas: uma oferecia uma definição demasiado rígida e precisa dos efeitos sociais dos meios, sem oferecer dados que comprovassem que a realidade correspondia à descrição efectuada. A outra debruçava-se demasiado sobre a determinação de cada variável a fim de definir exactamente qual a sua repercussão de um modo que fazia lembrar a investigação levada a efeito na física ou na química, sem cuidar da especificidade do seu objecto.

Hoje, a distinção cortante entre pesquisa administrativa e pesquisa crítica foi minimizada. Os estudos empíricos americanos ganharam adeptos e estenderam-se pela Europa, sendo mesmo objecto de apropriação por algumas reflexões de natureza crítica enquanto algumas tradições de raiz europeia, mais dirigidas à reflexão ou à crítica, normalmente originários da Alemanha, da França ou de Itália conhecem uma divulgação e uma aplicação bastante interessante nos Estados Unidos.

5.2 Abordagens clássicas

O nascimento da reflexão da investigação sobre os efeitos dos meios de massa e, em especial, do jornalismo recua ao século XIX, designadamente às transformações verificadas nos processos de urbanização e de massificação que originaram as grandes cidades e a conseqüente destruição dos laços comunitários que estariam ligados aos referidos processos. A crítica aos meios de massa surge substancialmente relacionada com a convicção partilhada pelos teóricos críticos (de direita e de esquerda) que a homogeneização da cultura se verificava em correlação directa com a dissolução dos laços comunitários

Livros LabCom



e a perda da capacidade socializadora dos grupos primários. Por outro lado, conheceu um enorme recrudescimento logo a seguir à I Guerra Mundial e no período entre as duas guerras, durante o qual os governos além de terem mantido uma atitude censória sobre a imprensa e a rádio, se serviram delas como mecanismo de propaganda e de contra-informação.

5.2.1 Teoria Crítica e cultura de massa

Este tipo de abordagens foi frequentemente desenvolvido de uma forma que estabelece uma relação entre processos comunicacionais e os processos de dominação nomeadamente nos estudos de raiz marxista e neo-marxista da escola de Frankfurt. Esta acolheu autores com uma importância relevante para reflexões com impacto na área: Horkheimer, Adorno, Benjamin, Marcuse, Löwenthal entre outros. Apesar de não se tratarem de estudiosos do jornalismo, a Escola de Frankfurt deu um importantíssimo contributo para o estudos dos *media* que se repercutiu no jornalismo.

Para os teóricos reunidos em torno da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, a massa afirmava-se como uma multiplicidade de consumidores anónimos, submetidos aos ditames da irracionalidade vigente na sociedade e transmitida pela indústria cultural. Deste modo, na forma de sociabilidade chamada de massa, a comunicação pública é hierarquizada, dirigista e estratificada, sendo muito menos os produtores do que os receptores de opiniões; a resposta imediata é impossível; a transformação da opinião em acção apenas se realiza de modo heterónimo, através da penetração na massa, de agentes da instituição revestidos de autoridade (Therborn, 1994). Ou seja, existe pouca interacção ou troca de experiência entre os respectivos membros que a integram. Neste sentido, a massa constitui-se em um conjunto de indivíduos que são diferentes, independentes e anónimos e que actuam em resposta às suas próprias necessidades.

A forma de cultura dominante analisada pelos críticos da Escola de Frankfurt adequa-se ao tipo de sociabilidade designado por massa que implementa e reforça formas de interacção que favorecem o conformismo, a apatia, o isolamento e a privacidade atomista do anonimato gregário que lhe é próprio. Trata-se da produção organizada de uma cultura que apela às emoções e desejos primários dos indivíduos, dirigindo os seus destinatários para um conformismo que conduziria ao apagamento de qualquer voz discordante.



Cultura e Instrumentalismo

A Teoria Crítica pressupõe, como premissa geral para a existência do capitalismo moderno, a burocratização expressa na contabilidade racional do capital como norma para todas as grandes empresas lucrativas. De acordo com esta concepção weberiana, o capitalismo fundamenta-se numa modalidade da razão dirigida. Esta modalidade da razão, típica do capitalismo, apoia-se no desenvolvimento de operações susceptíveis de serem contabilizadas, abrangendo todos os escalões das esferas de negócios. O universo mediático aparece aos olhos dos seus críticos como o lugar onde a cultura, de modo mais evidente, é atingida pelo triunfo da racionalidade administrativa enquanto modalidade de organização social. Nesse sentido, a exigência da administração em relação à cultura surge como algo tensional em relação a esta, na medida em que o que é cultural passa a ser medido por critérios alheios à cultura. Na indústria cultural, nomeadamente no jornalismo, encontram-se presentes tendências homogeneizantes, ligadas à estrutura burocrática das organizações que se ocupam dos *media* como, por exemplo, os jornais. Deste modo, a fórmula da linha de montagem é trazida para o interior da cultura:

Time e Newsweek levaram a sua especialização ao extremo; os seus escritores nem sequer assinam os seus artigos que, de facto nem são, propriamente, seus pois a reunião de dados é feita por um corpo especializado de pesquisadores e correspondentes e o artigo final, muitas vezes, tanto resulta do lápis azul e da reformulação do director, quanto dos esforços originais do autor. (McDonald, 1973: 84)

O termo “indústria cultural” foi utilizado pela primeira vez por Adorno e Horkheimer na *Dialéctica do Iluminismo*, substituindo o termo «cultura de massa» ainda utilizado nas notas preparatórias do livro. O objectivo foi precisamente evitar qualquer interpretação que conotasse este fenómeno com uma cultura que florescesse espontaneamente a partir das massas. Nesta perspectiva, “a indústria cultural é a integração deliberada a partir do alto dos seus consumidores” (Adorno, 1987, p. 287).

Marcuse, na mesma linha, destaca como a racionalização científica e tecnológica se manifesta através da unidimensionalidade da linguagem mediática. Esta linguagem é vista como destituída de poder crítico, assumindo uma

Livros LabCom



dimensão ritualista e afirmativa, gerando uma fórmula quase hipnótica que se traduz numa espécie de sintaxe do poder marcada pela repetição estratégica de frases estereotipadas que se assemelham a palavras de ordem.

A ideia já fora apresentada por Walter Benjamin, a propósito do jornalismo em contraposição com a narração. Benjamin recorda que a linguagem da informação tem que ser plausível e explicativa, compreensível por si própria, algo que se comprova de imediato, por oposição à narração: “quase nada nos chega sem que esteja impregnado de explicações”, comenta (Benjamin, 1987, p. 125).

A massificação da audiência

Sob o pano de fundo da reflexão teórica da Escola de Frankfurt fizeram-se trabalhos que se referiam explicitamente ao jornalismo. Através da ideia de indústria cultural, o esquema organizador da linha de montagem é trazido para o interior da análise da produção noticiosa. Chama-se a atenção para a perda de criatividade e standardização das narrativas em função das necessidades organizacionais e empresariais. A necessidade de obtenção de retornos rápidos do investimento efectuado conduz à criação maciça de produtos baseados na exploração fácil da emoção seguindo fórmulas simplistas e seleccionados, apresentados e distribuídos segundo critérios de rentabilidade. Os assuntos políticos, económicos e sociais, as causas mobilizadoras são substituídas pelos *fait divers*, pelas notícias de rosto humano, eventos sociais, acidentes, corrupção, entretenimento.

A tendência para a homogeneização das mercadorias reforçaria a integração ideológica dos agentes sociais. As audiências são reduzidas a um papel de recepção passiva e de concordância conformista limitando-se a reproduzir da forma regulamentar os estereótipos criados pela indústria cultural. A intervenção mediática traduz-se na redução da capacidade crítica e em formas de alienação e de apatia colectivas. A sociedade administrada e a sua indústria cultural geram o fim do indivíduo e encoraja a conformidade; onde a cultura outrora cultivou o indivíduo, a produção em massa das indústrias culturais erradica a individualidade, isto é, minimiza a autonomia e a racionalidade individuais e produz uma sociedade que só tolera a “pseudo – individualidade” (Marcuse, 1984).



5.2.2 Os estudos culturais

O projecto do Cultural Studies Center de Birmingham será apresentado em 1964. Stuart Hall, indicado para Director conferiu uma orientação que em grande parte foi influenciada pelo pensador italiano António Gramsci e que deu uma parte considerável da sua atenção à criação de sentido no interior de uma sociedade ou de uma comunidade dada. Cultura e sociedade são olhadas como interagindo uma com a outra de uma forma dinâmica e que privilegia a análise da produção, formação e circulação de bens culturais.

Os Estudos Culturais desenvolvem-se como uma visão crítica dos processos de dominação implícitos aos fenómenos comunicacionais em que todavia se reconhece uma mais ampla visão conflitual no que respeita à disputa pela conquista do poder simbólico agora designado por hegemonia. Os estudos culturais definem cultura como “o processo contínuo que produz sentidos da nossa experiência social.” (Fiske apud McQuail, 2003, p. 94). Em concordância com esta abordagem, desenvolveram uma abordagem do processo comunicacional que analisa o modo com os usos dos *media* e a sua recepção são integrados e adaptados de acordo com a experiência social e o meio cultural circundante. Apesar de se identificarem com muitos pressupostos da Escola de Frankfurt, os estudos culturais dão bastante mais atenção a processos de recepção diferenciados negando uma visão unilateral da ideologia, em que se denota a influência de Gramsci.

A herança gramsciana

Há três conceitos essenciais de Gramsci que fizeram a sua aparição dentro dos Estudos Culturais: ideologia, hegemonia e sociedade civil. A ideologia integra os recursos simbólicos que são utilizados pelas diferentes classes na luta pela obtenção da hegemonia. O conceito de hegemonia caracteriza a liderança cultural e ideológica de uma classe sobre as outras. Para Gramsci, na luta pela obtenção da hegemonia, os agentes sociais recorrem à ideologia para se alcançar um consenso reordenador das relações sociais. Os significados, representações e actividades quotidianas são organizados e dados a entender de modo a mistificar as estratégias de um bloco social hegemónico como sendo do interesse geral. Gramsci distingue ainda duas esferas ao nível social. Uma delas é a sociedade política, conjunto de mecanismos através dos





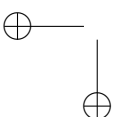
quais a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e da violência e que se identifica com os aparelhos de coerção sob controlo dos grupos burocráticos ligados às forças armadas e policiais e à aplicação das leis. A outra é a sociedade civil a qual designa o conjunto das instituições responsáveis pela elaboração e/ou difusão de valores simbólicos e de ideologias, compreendendo o sistema escolar, os partidos políticos, as corporações profissionais, os sindicatos, os meios de comunicação, as instituições de carácter científico e cultural, etc. Enquanto a sociedade política tem seus portadores materiais nos aparelhos coercivos de Estado, na sociedade civil operam os aparelhos privados de hegemonia (organismos relativamente autónomos em face do Estado em sentido estrito, como a imprensa, os partidos políticos, os sindicatos, as associações, a escola privada e a Igreja). Tais aparelhos estão empenhados em obter o consenso como condição indispensável à dominação. Por isso, prescindem da força, da violência visível do Estado, que colocaria em perigo a legitimidade de suas pretensões (Gramsci, 1977, p. 2010).

Nesta abordagem, a hegemonia não é uma construção monolítica, e sim o resultado do jogo de forças entre blocos sociais actuantes na sociedade civil em determinado contexto histórico. Lugar de luta simbólica, “o domínio da sociedade civil opera sem «sanções» e sem «obrigações» taxativas, mas não deixa de exercer uma pressão colectiva e obter resultados no plano dos costumes, do modo de pensar e de agir, da moralidade, etc.” (Gramsci, 1977, p. 1566). Os estudos culturais recorreram aos conceitos gramscianos e aplicaram-nos para além da sua origem associando-os a fenómenos de dominação que dizem respeito a múltiplos referentes identitários como sejam o género, a raça e a etnia (Hartley, 2004, p. 130).

Recepção activa

Os estudos culturais, na sua versão mais conhecida, valorizaram a influência de Gramsci, nomeadamente ao enfatizarem o estudo da ideologia na cultura mediática, de um modo que parece absorver os elementos dinâmicos e conflituais que claramente permitem a distinção em relação à Escola de Frankfurt (McQuail, 2003, p. 99). Esta inflexão reflecte-se, por exemplo, na importância conferida à significação da cultura dos *media* para a experiência dos grupos particulares na sociedade.

A investigação levada a efeito pelos autores que se identificaram com es-





tes pressupostos teóricos foi realizada em grande parte no Centro de Estudos Contemporâneos da Universidade de Birmingham nos anos 70. A abordagem crítica que lhe está associada deslocou-se progressivamente do carácter exterior e coercivo da ideologia para a forma como ela é lida e descodificada pela sua audiência.

No texto *Encoding/Decoding* (2002) propôs um modelo de codificação/descodificação dos discursos dos *media*, referindo-se expressamente às notícias. Segundo a proposta apresentada naquele ensaio, o texto dos *media* localiza-se entre os seus produtores que lhe definem o sentido, e a audiência que o descodifica. Quer a codificação quer a descodificação do texto mediático se desenvolvem de acordo com as diferentes situações de natureza social e cultural que circundam seja produtores seja a audiência, emergindo, consequentemente, diversos quadros de interpretação possível. (Stuart Hall, 2002, pp. 51-52). Por isso, uma das questões que é insistentemente colocada pelos estudos culturais é a de conhecer a forma como o sistema dos *mass media* se articula com outras estruturas e instituições sociais.

Segundo Hall, no processo de construção de sentido podem verificar-se três situações:

- a) A posição hegemónica dominante, em que o receptor adquire o significado conotado de um modo directo e linear, descodificando a mensagem em sintonia com o código de referência com que a mesma foi construída. Neste caso, o código hegemónico é construído pelas elites que definem a visão do mundo dominante.

Há um código profissional que diz respeito às especificidades técnicas dos processos de representação do mundo que dispõe de uma autonomia relativa e há um código ideológico exercido por outras elites assim definidas pela especial posição institucional que ocupam. Hall distingue entre os valores – notícia formais, pautados por ideologias e saberes profissionais acerca da forma como os profissionais devem relatar uma peça, e os valores-notícia ideológicos. Esta duplicidade aponta para a coexistência de dois discursos sociais, o discurso profissional e os seus imaginários de experiência, por um lado, e um discurso latente, político e moral que recorda os valores profundos da ordem estabelecida;

- b) A posição negociada. Enquanto a codificação na versão dominante





pressupõe os processos de construção dos significados que permite a legitimação da situação social como um todo, na posição negociada verifica-se uma mistura de elementos hegemónicos e oposicionais. As definições que dizem respeito ao código hegemónico e dominante indicam um universo de significados possíveis ou o conjunto de relações sociais respeitantes a um determinado sector, mas verifica-se também, a adopção de significados alternativos ao nível mais restrito ou localizado. Os códigos negociados operam ao nível de lógicas locais resultantes de relações diferenciadas com o poder;

- c) A posição contestatária ou oposicional: neste caso, o receptor descodifica a mensagem de uma forma completamente contrária ao código dominante. É o que se passa com os processos de recepção em que se «lê nas entrelinhas». Por exemplo, um espectador assiste a uma comunicação de um Primeiro-Ministro e cada vez que este refere o «interesse nacional», o espectador identifica esta afirmação com os interesses das empresas.

Em suma, nas leituras dominantes, o público apropria-se dos textos que reproduzem os interesses da classe dominante, adoptando as suas intenções ideológicas; uma leitura contestatária passa pela apropriação do texto por parte do público.

Através do uso que faz do conceito gramsciano de hegemonia, Hall disponibiliza um enquadramento em que a intervenção dos *mass media* na sociedade é entendida como uma série de momentos articulados, sendo que o termo “articulados” ganha a dupla significação de publicamente expressos e de mutuamente implicados. Nenhum desses momentos é objecto de uma sobredeterminação coesiva, não podendo por isso garantir qual o momento seguinte com o qual irá ser articulado. Cada um destes momentos é um ponto de negociação ou de luta cultural pela definição do significado.

Neste modelo simples, reconhece-se que a ideologia enviada não é a mesma que a ideologia recebida. Embora possam existir descodificações preferenciais construídas a partir de cima, elas podem ser entendidas como propaganda, enfrentando, por isso, resistências e dificuldades na sua divulgação.



Descodificação aberrante

A grande influência que conduziu o Centro de Estudos Culturais neste processo de identificação dos processos activos de recepção foi a divulgação através de um ensaio de Umberto Eco (1972) do conceito de descodificação aberrante. A descodificação aberrante era uma excepção à expectativa dos produtores de cultura de que as suas audiências percebessem aquilo que procuravam significar. Eco identificou quatro situações: a) Pessoas que não conheciam a língua; b) pessoas de gerações futuras; c) pessoas de sistemas de crenças diferentes; d) pessoas de culturas diferentes. A importância do conceito reside no facto de que Eco sustentou a posição segundo a qual os *media* contemporâneos, como a televisão, trabalham com códigos em que a descodificação aberrante é a regra e não a norma. O artigo de Eco foi publicado na Revista do Centro de Estudos Culturais de Birmingham, *Working Papers in Cultural Studies*, e transformou-se numa fonte de influência fundamental para o ensaio de Hall “Encoding/Decoding”.

Esta abordagem do processo comunicativo levou à proliferação de investigações sobre «descodificação diferenciada» com vista, em especial, a encontrar evidências da resistência de minorias sociais às mensagens dominantes dos meios. Escritores como Fiske (1987) e Morley (1992) tentaram demonstrar que observar textos mediáticos era um processo de negociação entre um texto, uma dada audiência e as ideologias, as crenças e os valores que esses grupos traziam ao processo de negociação. Nalguns casos, conduziu à descoberta de influências sociais e culturais que influenciam a experiência mediática (Hartley, 2004, p. 97).

Nesse sentido, a «Escola de Birmingham» diferenciava-se da Escola de Frankfurt por dois motivos essenciais: a) a necessidade de proceder à distinção entre os processos de codificação e de descodificação dos *media*, reconhecendo que um público activo frequentemente produz os seus próprios significados e usos para os produtos da indústria cultural; b) ausência de uma crítica da cultura de massa tendo por referência a cultura superior ou erudita e, conseqüentemente, a análise da cultura como um espectro diferenciado de práticas sociais simbólicas, identicamente merecedoras de análise (Kellner, 2001, p. 45).



5.3 A presença das teorias funcionalistas na *mass communication research*

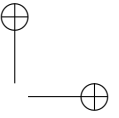
O funcionalismo foi a base teórica sobre a qual se ergueu uma parte importante dos estudos comunicacionais nos Estados Unidos. Nessa abordagem, dá-se uma maior relevância ao conceito de sistema enquanto conjunto integrado e relativamente coerente de relações de interdependência entre factores diversos. A interacção dos actores sociais desenvolve-se em condições tais que é possível mesmo considerar o processo de interacção como um sistema, submetendo-o ao mesmo tipo de análise teórica que foi aplicada noutras ciências como a Biologia. Assim, os funcionalistas, tendo como pano de fundo as relações com a Cibernética, a Biologia, a Antropologia Social e a Linguística aceitaram como premissa que um sistema aberto se defina como um todo organizado formado por elementos interdependentes, rodeado por um meio exterior (*environment*), com o qual interage através de trocas de energia e/ou informação designadas por *input* ou *output*. O sistema total emerge como a expressão de todas as partes e relações necessárias à concretização do seu objectivo, incluindo as restrições do seu funcionamento. A ordenação das partes e das relações é estabelecida em função das necessidades do sistema, enquanto as suas fronteiras são definidas pelas restrições da informação.

Este modelo apareceu profundamente associada à ideia de equilíbrio sistémico presente na obra de Talcott Parsons. O funcionalismo de Parsons debruça-se sobre uma questão que considera central: a coordenação da pluralidade de fins perseguidos pelos diversos sujeitos, continuando a manter a ordem social. O esforço de resposta a esta questão traduz-se, em larga medida, na redução da acção social a um processo no interior do qual é garantido que as interacções tendem a restabelecer a harmonia e o consenso, proporcionando a integração no sistema (Parsons, 1974, p. 11).

5.3.1 O Funcionalismo e os *media*

No ambiente das primeiras investigações desenvolvidas no âmbito da Cibernética e da Teoria dos Sistemas Sociais, Harold Lasswell desenvolveu uma teoria sugerindo que o sistema político no seu funcionamento pode ser comparada a um organismo que tende a manter um equilíbrio interno e a reagir às mudanças de ambiência, de forma a manter o equilíbrio. O processo de reacção





aos estímulos do meio exige maneiras especializadas de organizar as partes do todo de modo a manter uma acção harmoniosa (Lasswell, 2009, pp. 51-52). Os *media* desempenham o papel de sentinelas, ficando como observadores e manifestando-se sempre que alguma mudança alarmante ocorre nos arredores. Deste modo, Lasswell referiu a existência de três funções principais, claramente relacionáveis com o modelo sistémico: 1) a vigilância sobre o meio ambiente; 2) a correlação dos elementos da sociedade na resposta ao meio ambiente; (3) a transmissão da herança social de uma geração para a seguinte (Lasswell, 2009, p. 52).

Reflectindo o optimismo típico de algumas correntes da Cibernética da primeira geração, Lasswell defende a necessidade de uma comunicação eficiente como aquela que permite ao sistema político produzir decisões racionais. Identifica a comunicação essencialmente com a função informativa dos *media*, precisando que há elementos, como a censura, que são um obstáculo à produção dessa comunicação eficiente.

Por seu lado, Merton e Lazarsfeld subscreveram textos sobre os *media* na qual se detectam as respectivas funções (reprodução de normas, atribuição de prestígio e reprodução da memória cultural) e as respectivas disfunções, designadamente a disfunção narcotizante (Lazarsfeld e Merton, 1987, pp. 230 e seguintes). De acordo com a disfunção narcotizante, os *media* tendiam a fazer com que as pessoas confundissem o consumo da informação acerca dos assuntos públicos com a intervenção cívica efectiva. Numa palavra, o cidadão considera o seu contacto secundário com a esfera da realidade pública, os seus contactos, os seus programas de rádio, as suas reflexões como um desempenho substitutivo (Lazarsfeld e Merton, 1987, p. 241).

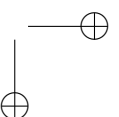
5.4 A eficácia dos efeitos

A pesquisa comunicacional de origem americana teve, todavia, a sua repercussão mais incisiva em torno de um conjunto de estudos que colocaram a sua ênfase no impacto social dos *media*.

5.4.1 Os efeitos totais

A primeira etapa de investigação correspondeu à aceitação de um modelo hipodérmico de influência social dos *media*, a qual acreditava na capacidade de

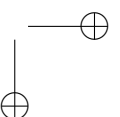
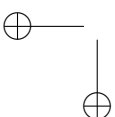
Livros LabCom





introduzir na sociedade uma mensagem que suscitaria uma resposta condicionada. Os *media* teriam um poder de acção directa e seriam um agente poderosíssimo de controlo e de propaganda. Com base nesta hipótese, levou-se a efeito uma enorme quantidade de experiências de laboratório que se centravam em temas como o de saber se um meio oral era mais poderoso do que um meio escrito, se uma argumentação mais contundente era mais eficaz do que uma argumentação menos contundente, se a contundência da mensagem variava consoante a fidelidade ao enunciador entre muitas outras variáveis que eram tidas em conta. A postura dos investigadores, na maior parte dos casos, respondia a uma ampla base de experiências e de ideias vigentes que convergiam numa tese central sobre o extremo poder dos *media*, reforçada pela tese da sociedade de massas que conhecia amplo vigor na época. Os principais pressupostos da teoria eram: a) a imagem de uma massa atomizada de milhões de eleitores, espectadores, etc. que recebiam as mensagens; b) em segundo lugar, a configuração da mensagem como um estímulo directo e poderoso que podia dar origem a respostas imediatas.

Este tipo de estudos insere-se numa investigação mais geral sobre os actos de comunicação cujo primeiro enquadramento teórico sistemático foi feito por Lasswell através de cinco questões: “Quem diz o quê? A quem? Porque canal? Com que efeitos?” Segundo Lasswell, “o estudo científico do processo comunicativo tende sempre a centrar-se numa ou noutra destas interrogações”. Esta primeira tentativa de produzir uma observação científica sobre os processos de comunicação evidencia uma preocupação unilateral com os efeitos produzidos, resultante, aliás, de um conjunto de preocupações epocais com os efeitos da propaganda. Intui-se uma inquietação envolta por um clima de terror e de certo mistério, mas também de uma profunda ignorância quanto aos meandros mais secretos do funcionamento dos novos meios de comunicação e aos limites do seu poder (Esteves, 2009, p. 17). Curiosamente, o rigor e a consistência dos trabalhos de Lasswell contribuíram para a demonstração que os efeitos totais produzidos pelos *media* sobre os indivíduos isolados não se manifestavam. A ironia do trabalho de Lasswell reside no facto de ele surgir simultaneamente como o representante mais esclarecido de uma fase da *mass communication research* conhecida como teoria dos efeitos totais, sendo simultaneamente, um dos primeiros responsáveis pela superação do modelo de cuja formulação mais consistente era o responsável.





De uma forma geral os modelos de efeitos totais tinham como implícito um conjunto de premissas:

- a) Os processos comunicacionais são assimétricos com um emissor activo que produz um estímulo e uma massa passiva de destinatários que, uma vez atingida pelo estímulo, reage;
- b) A comunicação é intencional e tem por objectivo produzir um efeito observável e susceptível de ser avaliado na medida em que gere um comportamento que pode de certa forma associar-se a esse objectivo;
- c) Os papéis de comunicador e destinatário surgem isolados, independentes das relações situacionais e culturais em que os processos comunicativos se realizam mas que o modelo não contempla: os efeitos dizem respeito a modelos atomizados, isolados (Schutz, 1982 citado por Wolf, 1987, p. 25).

Neste sentido, a história deste ramo da pesquisa identifica-se em grande medida com a teoria dos efeitos, resultado da confluência entre uma concepção atomística da sociedade de massa e uma psicologia comportamentalista (behaviorista) que moldava o processo de comunicação à luz do modelo estímulo – resposta. A concepção atomística do público nas comunicações de massa (típica da teoria hipodérmica) correlacionou-se com a disciplina que liderava a primeira fase dos estudos comunicacionais, ou seja, a psicologia behaviorista que privilegiava os comportamentos dos indivíduos.

5.4.2 Os efeitos limitados: Lazarsfeld e a emergência do paradigma dominante

Em 1932, o cientista político austríaco Paul Lazarsfeld emigrou para os Estados Unidos para liderar como Director de Pesquisa o *Rádio Research Project*, a convite da fundação Rockefeller. O projecto foi desenvolvido na Universidade de Princeton, no Centro de Pesquisa designado por *Princeton Office of Rádio Research*, para o qual Lazarsfeld convidaria Theodor Adorno a fim de dirigir a componente musical. O projecto recebera a quantia invulgar de 67 mil dólares da Fundação Rockefeller e era presidido por Hadeley Cantril, que se destacou em projectos sobre a psicologia da audiência radiofónica e Frank

Livros LabCom



Stantom, Research Director da Columbia Broadcasting System. Lazarsfeld era um excelente académico e possuía capacidades de gestão que lhe permitiam inserir-se de modo perfeito no «novo espírito universitário» que incluía uma colaboração activa entre as Universidades e as empresas (Wiggerhaus, 2002, p. 266; Esteves, 1998, p. 80). Posteriormente, ao longo de 17 anos, no *Bureau of Applied Social Research da Universidade de Columbia*, juntamente com outros investigadores, como Berelson, Gaudet, McPhee e, em especial, Elihu Katz – foi um dos principais inspiradores de uma hipótese – «o fluxo da comunicação em duas etapas» – que se tornaria o elemento estruturante de várias décadas de pesquisa empírica centrada nos efeitos dos *media* (Katz, 2009, pp. 63- 69).

Da presença de Paul Lazarsfeld no panorama académico americano resultaram, ente outras importantes investigações: *The people's choice – how the voter makes up his mind in a presidential campaign* (1944), resultante do seu trabalho conjunto com Berelson e Gaudet que resultou de um estudo científico destinado a averiguar a influência da imprensa e da rádio sobre a decisão de voto dos cidadãos de Erie County, Ohio; o livro *Voting: A Study of Opinion Formation During a Presidential Campaign*, do qual foi co-autor com Berelson e William McPhee e *Personal Influence – the part played by the people in the flow of mass communication* (1955), onde trabalhou com Elihu Katz. No primeiro estabeleceu-se que a influência do jornalismo nas atitudes políticas durante a campanha eleitoral seguia um percurso em duas etapas, mediado pelos líderes de opinião. Os resultados não conseguiram identificar efeitos directos significativos das principais rádios e jornais na votação e na opinião e minaram a crença até aí divulgada no modelo estímulo – resposta. Os autores concluíram que as ideias fluem muitas vezes da rádio e da imprensa para os líderes de opinião e destes para a população.

Por outro lado, em 1955, Katz e Lazarsfeld desenvolveram de forma mais refinada a hipótese, tendo em conta que os líderes nem sempre se encontram numa posição de hegemonia piramidal, sendo a sua principal característica um interesse mais activo por aquilo que dizem os meios de comunicação social. Justamente por não se encontrarem numa posição de igualdade, haveria múltiplos níveis de influência em que alguns líderes de opinião funcionariam como *gatekeepers* relativamente a outros. Nem todos os componentes da audiência potencial de um meio de comunicação atendem com o mesmo interesse. Uma audiência apresenta de antemão uma classificação de indivíduos mais



importantes do que outros e uma hierarquia diferenciada de líderes de opinião. Porém, a ideia fundamental é que o jornalismo desempenhava um papel menos importante na configuração das atitudes públicas do que aquele que fora pensado pelo modelo da agulha hipodérmica.

O modelo do fluxo de comunicação em duas etapas envolveu os seguintes pressupostos essenciais:

1. Os indivíduos não estão socialmente isolados, fazendo parte de grupos sociais no interior dos quais interagem com outras pessoas.
2. As respostas a uma mensagem mediática não são directas e imediatas. São mediadas e influenciada pelas relações interpessoais travadas no interior do grupo. O resultado global não pode ser atribuído aos indivíduos isoladamente. Deriva, pelo contrário, da rede de interações que se verificam entre as pessoas. Os efeitos dos *mass media* são resultado de um processo mais complexo que é o da influência pessoal.
3. Os indivíduos não são todos iguais perante as campanhas mediáticas. Podem ser mais activos na recepção e difusão das mensagens dos *media* ou mais dependentes de contactos sociais no interior do grupo.

Resumindo: segundo este modelo, os *mass media* não operam num vazio social, são um *input* numa teia complexa de relações sociais onde competem com outras fontes de ideias e de conhecimento. Como não raro acontece, os modelos iniciais foram conhecendo um desenvolvimento crescente. Na sequência desses trabalhos, Wilbur Schramm (1963) fez notar que muitas vezes os próprios líderes de opinião recebiam informações mediatizadas por outros líderes de opinião. Lazarsfeld admitiu, por sua vez, que, ao contrário do que argumentava em *The People's Choice*, os líderes de opinião nem sempre se encontravam no topo da pirâmide social, pois o que tinham em comum era unicamente o seu maior interesse pelo que diziam os meios de comunicação.

5.4.3 Os efeitos verificados: activação, reforço e conversão

As avaliações produzidas no interior deste sector da pesquisa acreditaram ter desmentido de forma categórica, a hipótese dos «efeitos totais». Os dados empíricos não confirmavam a existência de um único efeito mas de vários:

Livros LabCom





reforço, activação e conversão. Como o único que é considerado efectivamente como estando correlacionado com o poder dos meios de comunicação de massa é o efeito de conversão, o facto de o mesmo se verificar raramente apenas demonstra que os efeitos não são totais, mas antes efeitos limitados.

Gerou-se uma nova ortodoxia que Joseph Klapper resumiria num texto hoje clássico:

Um largo número de estudos, alguns levados a efeito em laboratório outros no mundo social indicam que a comunicação de massas persuasiva funciona mais frequentemente como agente de reforço do que como agente de mudança. Dentro de uma dada audiência exposta a comunicações específicas, o reforço ou, pelo menos, a constância de opinião é tipicamente descoberta como o efeito dominante; a pequena mudança, como seja a pequena mudança na intensidade da opinião, é o segundo efeito mais comum; e a conversão é tipicamente o efeito mais raro. (Klapper, 1960, p. 15)

Numa dinâmica global de formação das atitudes que passa pela intervenção das relações interpessoais de grupo, o efeito global das mensagens procede em três direcções: um efeito de activação (que transforma as tendências latentes em tendências efectivas), um efeito de reforço (que preserva as decisões tomadas, evitando mudanças de atitude) e um efeito de conversão (limitado, no entanto, pelo facto de que as pessoas mais atentas e expostas às mensagens de campanha eleitoral serem também as que tem atitudes mais estruturadas enquanto as mais indecisas são as que menos consomem as mensagens). *The People's Choice* foi o primeiro estudo a estabelecer o que Klapper resumiria cerca de década e meia de pesquisa depois: os efeitos de reforço prevalecem sobre os efeitos de conversão. *Voting: A Study of Opinion Formation During a Presidential Campaign* não só confirmaria a “lei” da exposição selectiva e a influência dos líderes de opinião como verificaram a existência do outro mecanismo de resistência à persuasão, a “percepção selectiva”, pois os eleitores estudados pareciam mais receptivos às posições que reforçavam e ratificavam as suas próprias ideias. Finalmente, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication* identificaria ainda a “lei” da memorização selectiva: as pessoas não só se expunham aos conteúdos dos meios de maneira selectiva, como também os percepcionavam de





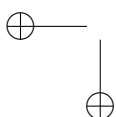
maneira selectiva e – tendiam a memorizar essencialmente a informação que mais se adequava às suas ideias.

A exposição selectiva pretende tão simplesmente referir isto: “A tendência das pessoas para se exporem à comunicação de massas de acordo com as suas exposições e interesses, evitando material com o qual discordam decididamente foi largamente demonstrada” (Klapper, 1960, pp. 10-11).

A percepção selectiva demonstra apenas que os indivíduos estão especialmente predispostos para perceberem aquilo a que estão acostumados ou perceberem ou o que lhes for mais conveniente em termos da obtenção de alguma gratificação social ou física. Com efeito, “os elementos do público não se expõem à rádio, à televisão ou ao jornal num estado de nudez psicológica; pelo contrário apresentam-se revestidos e protegidos por predisposições já existentes, por processos selectivos e outros factores” (Klapper, 1960, p. 247).

Quanto à memorização selectiva, Kappler admite ser difícil de distinguir da percepção selectiva pois tornava-se relativamente óbvio que o esquecimento ou a memorização da parte ou todo da mensagem dizia respeito às predisposições adquiridas. Levine e Murphy (1940) apresentaram um estudo muito simples que consistia no seguinte. Distribuíam material classificado como pró-comunista a cinco colegas de tendências comunistas e a cinco colegas de tendências anti-comunistas. Durante o período que se seguiu ao contacto com os documentos procedeu-se a vários testes. Verificou-se que aqueles que tinham uma posição mais desfavorável esqueciam cada vez mais rapidamente o que haviam lido enquanto os que mantinham uma posição concordante com os textos demoravam mais a esquecer (citado por Kappler, 1960, p. 26).

A partir dos anos 60, sob o pano de fundos efeitos limitados, já se localizavam alguns modelos mais complexos de análise. Kraus e Davis (1976, pp. 116-131) dão conta de elementos de investigações que pretendem estabelecer pesquisas mais complexas dos diferentes passos dados por uma mensagem, ao estilo do proposto no “*two-step-flow*”. Tais investigações adicionam a possibilidade que a mensagem possa influenciar do mesmo modo a audiência e o seu líder; consideram a hipótese que outras informações sejam dadas através de outros passos que competem com a influência do líder; introduzem a necessidade de se ter em conta tipos de liderança diversas, entre as quais se encontram líderes abertos à influência dos seus seguidores; e argumentam





com o facto de que não é possível construir um modelo de “two-steps flow” válido para todos os tempos e lugares mas antes diversificado de acordo com as circunstâncias sociais concretas. O trabalho de Lazarsfeld tornou-se um paradigma dominante, respondendo a um conjunto de necessidades práticas determinadas pelo sistema mediático norte – americano e a necessidade de descobrir a melhor forma de comunicar que respondesse à eficácia económica dos meios de comunicação (Esteves, 2009, p. 23).

5.4.4 Os usos e gratificações

A teoria dos usos e gratificações é de entre as teorias que na tradição norte-americana de pesquisa rejeitam os efeitos totais, uma das que revelou uma maior sistematização. Já não se pretende apenas descobrir o efeito simples e directo do meio sobre a audiência, senão antes as necessidades que as pessoas conseguem satisfazer com a utilização desse mesmo meio. Ou seja, pretende-se identificar o tipo e grau satisfação alcançado por um determinado meio de comunicação e as consequências que este representa para os valores e as condutas desse grupo.

Com efeito, a principal mudança de perspectiva a que se assistiu com os usos e gratificações consiste no pressuposto segundo o qual “mesmo a mensagem do mais potente dos *mass media* não pode influenciar um indivíduo que não faça uso dela no contexto sócio-psicológico em que vive” (Katz, 1959 citado por Wolf, 1987, p. 61). Esta teoria pretende realçar a forma como a recepção das mensagens é produzida de acordo com as necessidades do receptor e não apenas de acordo com os desejos do emissor. Por isso, aponta como um elemento essencial dos seus pressupostos uma percepção da audiência como um conjunto activo e diversificado, que tem capacidade de escolha e de interpretação das mensagens, de acordo com necessidades e desejos particulares que espera satisfazer através dos meios de comunicação. Trata-se de um modelo que refuta a hipótese informacional protagonizado pela transmissão unilateral de dados.

Entre os trabalhos que fazem parte do acervo teórico deste tipo de análise contam-se alguns clássicos importantes.

Num plano inaugural, é usual referir-se um estudo de Waples, Berelson e Bardshaw (1940 citado por Wolf, 1987, p. 64) sobre a função e efeitos da leitura. Considera-se o estudo de Bertha Herzog que revelou que as no-





velas diárias servem para responder a alguns dos problemas quotidianos das mulheres sugerindo padrões de comportamento adequados (Herzog, 1944). Destaca-se o trabalho de Berelson, realizado durante uma greve de um jornal nova-iorquino, em que se identificam funções desempenhadas pelos jornais na perspectiva dos leitores como sejam a) interpretar e fornecer explicações sobre os comportamentos; b) constituir um elemento central na vida quotidiana; c) ser uma fonte de descontração d) constituir prestígio social e) ser um instrumento de contacto social; f) ser um ritual da vida quotidiana (Berelson, 1949). Cita-se frequentemente um estudo de Katz e Peled (1974 citado por Wolf, 1987, p. 65) sobre os usos da televisão durante a Guerra do Yom Kippur que mostrou que a rádio era a principal fonte usada para obter informação enquanto a televisão desempenhava um papel de redução de tensões, competindo aos jornais interpretar e contextualizar a informação dos outros *mass media*.

O recente estudo de Zelizer e Allan sobre a enorme dependência demonstrada em relação aos *media* no sentido de conseguirem extrair um sentido para acontecimentos desmesurados do 11 de Setembro acaba por confirmar algumas das hipóteses levantadas nomeadamente por Katz em relação aos usos da televisão por determinadas comunidades como sucedeu com Israel em relação à Guerra do Kippur. Um repórter do *New York Times* especulou sobre o pesadelo que teria sucedido se a transmissão noticiosa, nomeadamente por televisão, tivesse sido afectada (Zelizer e Allan, 2003, pp. 4-5).

Por outro lado, os atributos teóricos despertados pela hipótese de usos e gratificações apontam para uma certa tipologia de necessidades que os *media* satisfazem: a) necessidades cognitivas relacionadas com a aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão; b) necessidades afectivas e estéticas relacionadas com a experiência estética, subjectiva e emotiva; c) necessidades de integração e de conseqüente incremento da estabilidade emotiva, da segurança e da credibilidade social; d) necessidades de integração social; e) necessidades de evasão e de abrandamento dos conflitos e tensões (Katz, Gurevitch e Haas, 1973 citado por Wolf, 1987, pp. 63).

Apesar das possibilidades demonstradas, surgiram dúvidas de natureza teórica por vezes suscitadas pelos próprios criadores da teoria. Katz, Blumer e Gurevitch (1974, p. 30) admitiram, com efeito, a possibilidade de os *media* serem responsáveis pela criação das necessidades que satisfazem. Dito de outra forma, será possível questionar se os meios jornalísticos não determinarão





de antemão a gama de satisfações e de gostos entre as quais a audiência poderá escolher posteriormente. Nesta caso, o facto de um entrevistado por uma sondagem declarar que uma determinada necessidade foi satisfeita não indica o verdadeiro grau de funcionalidade do meio na sua capacidade de responder a uma necessidade.

5.4.5 Crítica do paradigma dominante e emergência de novas tendências da pesquisa

A crítica do modelo dos efeitos limitados como paradigma dominante da *Mass Communication Research* demorou a fazer o seu percurso apesar das limitações que o modelo evidenciava. Desde logo, há a ressaltar um determinado número de limitações metateóricas. A pesquisa resultava de uma colaboração estreita entre as universidades e as empresas. Trata-se de uma pesquisa que serviu os interesses corporativos da indústria da comunicação que por isso condicionava a própria escolha do objecto. Só assim se compreende que tendo considerado a influência da comunicação mediática como quase irrelevante e a influência da comunicação inter-pessoal como altamente significativa, tenha continuado a fazer incidir os seus estudos sobre a primeira. Noelle – Neuman (2009, p. 155) relata uma conversa pessoal com Paul Lazarsfeld em que este lhe confidenciou que passara da sociologia dos meios de comunicação para o estudo da sociologia matemática porque não suportava a pressão que os meios de comunicação exerciam sobre os investigadores. A estes limites metateóricos haveria a aduzir limites científicos. Desde logo, critica-se a transposição de resultados obtidos em certas comunidades para a formulação de um espécie de lei universal dos efeitos limitados. Não é líquido que os resultados verificados em Erie County (*People's Choice*) e Decatur (*Personal Influence*) fossem igualmente verificados em Boston e New York. Desde logo, a justificação do carácter limitado dos efeitos de comunicação decorre da permanência de uma rede comunitária de relações interpessoais estáveis e duradouras, susceptível de ser encontrada nas comunidades tradicionais do Middle-West americano mas dificilmente articulável com as formas de vida das sociedades mais urbanas e «terciarizadas» (Esteves, 1998, p. 89). Parece ter existido uma ausência de diferenciação e de consideração activa dos receptores da informação, elemento que, todavia, se articula com o cerne da teoria. Pode, deste modo,



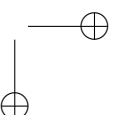
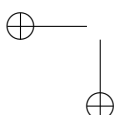


identificar-se uma ausência de relação entre as realidades sociais constatadas empiricamente pela investigação (Dader, 1983, pp. 221 e seguintes).

Por outro lado, a teoria dos efeitos limitados teria de ser repensada em termos da sua validade temporal, já que necessário se tornaria pelo menos repensar algumas das conclusões obtidas designadamente graças ao aparecimento da televisão e à sua consolidação como meio de comunicação social hegemónico nos países de capitalismo avançado. Com efeito se é compreensível que *People's Choice* e *Personal Influence* reflectissem o carácter hegemónico da rádio e a escassa importância da televisão torna-se menos compreensível que os investigadores dos efeitos limitados não tivessem produzido qualquer espécie de memória actualizada que repensasse a hipótese dos efeitos limitados à luz da importância da televisão (Esteves, 1998, pp. 88-89; Saperas, 1993, pp. 30-31). Desde logo, uma hipótese tão importante para a teoria dos efeitos limitados como foi a hipótese da percepção selectiva terá que ser repensada em função da televisão muito mais centrada na sedução, na emoção e na personalização do que a imprensa e a rádio (Saperas, 1993, p. 45).

Sob o ponto de vista teórico registaram-se outras alterações de monta. Verificou-se uma deslocação do objecto de estudo que deixou de ficar exclusivamente centrado na persuasão em favor de uma maior focalização na transmissão e na disponibilização de conhecimentos. Na teoria dos efeitos limitados, a avaliação dos conteúdos de comunicação eram avaliados exclusivamente em função de um processo de persuasão que produzisse impacto nas atitudes das audiências. Questões como o agendamento de temas, a discriminação na atenção em função da multiplicação dos pólos de interesse ganharam uma atenção crescente em detrimento da força persuasiva das mensagens que monopolizou a atenção daquilo que se designou, parafraseando Schaffe, como «efeitocentrismo» (*effects – centric – approach*) (Saperas, 1993, p. 39). Além disso, a Teoria dos Efeitos Limitados centrou-se exclusivamente nos efeitos de curto prazo e na influência directa quando a investigação posterior veio demonstrar que certo tipo de efeitos se desenvolvem a médio e longo prazo, resultando muito mais de uma influência indirecta, resultante da concentração da informação em determinados temas, da estereotipização das mensagens de modo a fazer com que estas se adequam à imagem que o público já tem da realidade, ou da sua dramatização de molde a provocar uma maior chamada de atenção (Saperas, 1993, p. 46).

Apesar de tudo, Noelle – Neuman (2009, pp. 154-55), alerta para o facto





de que, mesmo nos «anos de ouro» dos efeitos limitados se verificaram estudos que refutavam essa hipótese. A propósito cita um estudo de Berelson de 1960 que provou que não se devia subestimar a influência dos meios de comunicação de massa; uma pesquisa de Lang e Lang (1968) sobre a criação de uma pseudo-realidade na televisão em volta do regresso do General McArthur e um livro de Blumer e McQuail (1968) que demonstra a influência da televisão nas atitudes das pessoas em relação aos partidos políticos no Parlamento inglês.

5.4.6 A evolução da Pesquisa

As tendências da *mass communication research* evoluíram no sentido da substituição da persuasão entendida como uma mudança pontual de atitude que constituía a unidade discreta de análise, pelos efeitos cognitivos indirectos e de longo prazo. Os efeitos passaram a ser encarados como indirectos, centrados na percepção do mundo, cumulativos e de longo prazo. Por outro lado, houve um centramento mais directo no jornalismo. Entre as consequências que advém dos novos horizontes de pesquisa terá de se ter em conta o facto de que se deixou de observar e avaliar as mudanças de atitudes e de opinião para se passar a reconstruir o processo pelo qual o indivíduo modifica a sua própria representação da realidade social.

A Tematização

Entre as novas tendências fortemente representativas da investigação haverá a salientar a abordagem de Luhmann, nomeadamente a emergência da teoria da tematização fundada numa expressiva deslocação das opiniões para os temas que regulam as opiniões (ver em especial os textos «Complexidade societal e «Opinião pública»). A teoria da tematização de Niklas Luhmann analisa a capacidade de os meios de comunicação canalizarem os temas de um modo que contribua para diminuir a complexidade enfrentada pelo sistema político.

Segundo Luhmann (2009, p. 170)

a complexidade do sistema político, ou seja o número e a variedade das possibilidades de experiência a acção nele realizáveis, está efectivamente relacionada com a sua capacidade temática, isto é com a estruturação temática dos seus processos de





comunicação. A complexidade condiciona a capacidade temática e vice-versa.

Os temas não servem directamente para determinar o conteúdo da opinião mas, em primeiro lugar, e sobretudo, para captar a atenção. “Eles indicam aquilo que no processo político de comunicação se supõe possa ter ressonância e possa exigir capacidade de resposta” (Luhmann, 2009, p. 171).

Logo, para Saperas, “a tematização é definida como o processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas, dos grandes problemas políticos que constituem a opinião pública através dos meios de comunicação social” (Saperas, 1993, p. 88). A opinião pública manifesta-se antes como uma estrutura formada por temas institucionalizados, em obediência a uma avaliação da sua relevância relativa pelos meios de comunicação de massa em função das necessidades do sistema político. Esta análise da Opinião Pública começou em meados dos anos 70 e 80, quando Luhmann se propôs à reconstrução do conceito de opinião pública analisando-a em termos do funcionamento do sistema social, excluindo qualquer relevância à forma como os agentes sociais «pessoas» opinam, pensam, dirigem a sua atenção ou recordam (1992, p. 69). A fim de reduzir a complexidade do mundo envolvente, os sistemas deveriam seleccionar as suas relações de troca, diferenciar as suas funções, auto-programar-se segundo os seus próprios critérios, desenvolver códigos binários e apresentar-se como mundos auto-referencialmente fechados. Como os ambientes dos sistemas oferecem sempre mais possibilidades do que qualquer sistema possa explorar, os sistemas sociais constituem-se sempre através de processos de auto-selecção. Quer a sua formação inicial quer a sua sobrevivência pressupõem a diminuição de todas as coisas que podem em princípio ser possíveis, isto é a redução da contingência. Luhmann adverte que o seu objecto de análise é a complexidade, como excesso de possibilidades, como presença de múltiplas alternativas que se propõe controlar.

A eficácia da comunicação é medida em função da capacidade de regularizar e estabilizar a vida social. “O problema da improbabilidade da comunicação em si e o conceito de sistema diferenciado convergem, uma vez que todo o sistema representa a transformação da improbabilidade da comunicação em comunicação” (1992, p. 51). Está-se, pois, diante de um processo auto-regulativo. A informação é concebida como uma selecção e processamento das várias alternativas, em ordem ao controlo da complexidade. Os





meios de comunicação desempenham uma “generalização simbólica” que visa “o estabelecimento de identidades no fluxo de vivências e ordenar esse fluxo de modo coerente.” O sucesso da comunicação, ou seja, a redução da improbabilidade passa pelo controlo das influências exteriores que perturbam a sua capacidade selectiva. Porém, reconhece-se a contingência na medida em que existe o constante desafio da pluralidade, da improbabilidade e da instabilidade, e a conseqüente eminência de dizer de modo diverso.

A contingência, entendida no sentido de “ser possível de um outro modo”, tornada uma característica das sociedades modernas, exige uma intervenção da opinião pública no sentido da definição de pressupostos temáticos que limitem a discricionariedade do que é politicamente possível. Em suma, a opinião pública é reduzida a um mecanismo de tematização e a democracia é igualada a uma tentativa de resposta à complexidade do sistema.

Se se considerar que a comunicação se deve produzir com um potencial mínimo de atenção consciente (...) torna-se evidente que tal comunicação tem de estabelecer pressupostos, tem de estar já na posse de temas possíveis. Aquilo que se designa por opinião pública parece residir no domínio desses temas da comunicação que, enquanto pressupostos, limitam a discricionariedade do que é politicamente possível. (Luhmann, 2009, p. 167)

E prossegue:

Os temas são complexos de sentido mais ou menos indeterminados e susceptíveis de desenvolvimento, sobre os quais se pode conversar ter opiniões iguais mas também diferentes: o tempo, o novo automóvel do vizinho, a reunificação da Alemanha, o ruído do motor da máquina de cortar relva, o ministro Strauss. Semelhantes temas constituem a base estrutural de qualquer comunicação, sendo esta conduzida como a interacção entre vários parceiros. Eles tornam possível a referência comum a um significado idêntico e impedem que as pessoas falem sem se entenderem. (Luhmann, 2009, p. 168)





Agendamento

Uma importante tendência de pesquisa surgiu em torno da teoria do agendamento (*Agenda setting*) como uma perspectiva que parte da constatação do poder que os meios de comunicação de massa exercem para influenciar o grau de atenção que o público dedica a determinados temas expostos à atenção e ao interesse colectivo. A compreensão do efeito de agenda já remonta a Tarde e a Lippmann que anteciparam o papel decisivo que a imprensa viria a ter na formulação do debate público.

A teoria do agendamento procura explicar um certo tipo de efeitos cumulativos a curto prazo que resultam da abordagem de assuntos concretos por parte da comunicação social.

O agendamento é um processo pelo qual os *mass media* apresentam certos assuntos de tal forma que largos segmentos do público os percebem como mais importantes do que outros. (Coleman, McCombs, Shaw e Weaver, 2009, p. 147)

Apresentada por McCombs e Shaw (1972) e elaborada a partir do estudo da campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos de 1968, esta teoria destaca que os meios de comunicação têm a capacidade não intencional de agendar temas que são objecto de debate público em cada momento. Como McCombs salienta, não representa nenhum plano maquiavélico para o controlo do público mas tão só um produto da necessidade de nos concentrarmos em determinados temas (McCombs, 2004, p. 19). Ou seja, jornais, revistas, rádios e rádios tem uma quantidade limitada de espaço e de tempo, pelo que só uma fracção das notícias do dia acaba por ser publicada. É o processo de edição orientado pelos valores – notícia que acaba por fazer com que a atenção do público seja orientada e convocada para certos assuntos considerados como sendo de maior importância.

O modelo de análise foi exposto sistematicamente pela primeira vez em 1972 num artigo na *Public Opinion Quarterly* onde os autores reflectiram, de forma então inovadora, sobre a importância que os *media* e a televisão tinham no estabelecimento de uma agenda de temas a discutir na campanha eleitoral (McCombs e Shaw, 2000, pp. 47-48). O artigo produzia uma nova orientação: o que interessava não eram os efeitos a curto prazo da persuasão mas os efeitos na percepção do mundo resultantes da disponibilização da informação.

Livros LabCom



Por isso, citava-se a sucinta fórmula de Cohen produzida em 1963: “embora a imprensa não possa ser muito eficaz no modo como dizem aos seus leitores como pensarem, é espantosamente eficaz a dizer aos seus leitores sobre o que pensar” (Cohen citado por McCombs e Shaw, 2000, p. 49). McCombs e Shaw, no seu estudo inaugural, pediram a 100 entrevistados de Chappell Hill, durante a campanha presidencial de 1968 que indicassem quais os três temas que consideravam prioritários, independentemente do que os candidatos referiam. Paralelamente à realização das entrevistas foram reunidos os *media* que cobriam os cinco distritos que abrangiam o estudo. As respostas dos entrevistados e as notícias e editoriais surgidos durante a campanha foram abrangidos em 15 categorias que representavam as questões-chave da campanha e outro tipo de notícias relacionadas com a mesma. O conteúdo noticioso foi dividido em mais importante e menos importante de modo a verificar se havia diferenças substanciais na ênfase conferida ao assunto pelos meios de comunicação social. Na imprensa esta divisão tinha a ver com o espaço e a posição ocupada; na televisão tinha a ver com a posição e com o tempo ocupado.

Os dados sugeriram a existência de uma forte correlação entre a ênfase colocada nas diferentes questões da campanha pelos *media* (que, por sua vez, reflectem acentuadamente o realce dado pelos candidatos) e a avaliação dos eleitores no que diz respeito à relevância e importância dos vários tópicos da campanha. O artigo lançava um argumento importante contra os efeitos limitados: a correlação entre os eleitores e as notícias e opiniões sobre o seu próprio partido eram mais frágeis do que as correlações totais entre os eleitores e o conteúdo total dos *media*. Ora, isto desmentia a hipótese da percepção selectiva. Seguiram-se vários projectos (Charlotte, Carolina do Norte, eleição presidencial de 72; e a análise da cobertura de todo o ano eleitoral de 76 em três cidades). Um dos fenómenos mais intrigantes destes estudos consistiu no facto de se verificar uma forte correspondência entre os resultados dos diferentes *media*. Jornais, TV e revistas davam todos atenção aos mesmos temas. Isto levantou a hipótese do agendamento inter-mediático e demonstrou a importância dos *media* de elite na influência sobre outros *media*. Neste momento, a proliferação de *media* através de cabo e de Internet sugere um adensamento dos estudos de agendamento intra-mediático.

O aparecimento desta teoria representa uma ruptura com o modelo de efeitos limitados dos meios de comunicação. Mostrava a existência de efeitos sociais directos pelo menos quando determinados assuntos eram abordados e



estavam reunidas um certo número de circunstâncias. Quanto maior fosse a ênfase dos *media* sobre um tema e quanto mais continuada fosse a abordagem desse tema maior seria a importância que o público lhe atribuiria na sua agenda (McCombs e Shaw, 2000). Mais tarde, McCombs, em 1976, inclui uma nova variável: quanto maior fosse a mediação da comunicação interpessoal, ou seja, quanto mais intenso e alargado fosse o debate público acerca de um tema, menos relevante seria a influência dos meios jornalísticos (Kraus e Davis, 1976, p. 196).

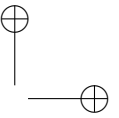
Um dos temas que se tornou decisivo na pesquisa sobre agendamento foi a existência de um segundo nível. Enquanto o primeiro nível se centrava na quantidade de cobertura mediática que um assunto recebe, o segundo nível refere-se ao modo como os *media* discutem esses assuntos ou temas de discussão como, por exemplo, figuras públicas. O argumento geral é o mesmo: os atributos e tons que os *media* usam na descrição são os mesmos atributos e tons acolhidos pelo público. O primeiro nível de agendamento relaciona-se com a influência dos *media* na definição dos objectos e temas merecedores de atenção. A análise debruça-se agora sobre o modo como as pessoas compreendem aquilo que capturou a sua atenção. O segundo nível apresenta duas dimensões: substantivas e afectivas. As dimensões substantivas dos atributos ajuda as pessoas a discernir os vários aspectos dos tópicos e numa campanha eleitoral inclui as ideologias, qualificações e personalidades. Porém, dentro destas características substantivas, cada uma delas pode tomar uma qualidade emocional, uma tonalidade afectiva, positiva, negativa ou neutral. McCombs, Lopes – Escobar e Llamas (2000) encontraram um segundo nível de agendamento na análise das imagens dos candidatos às eleições espanholas de 1996. Este tema tem levado a numerosas controvérsias sobre a existência de uma distinção entre o segundo nível de agendamento e *framing*.

Outra questão que atravessa a pesquisa é a exploração dos factores que contribuem para o agendamento, nomeadamente os factores relacionados com a audiência e os factores relacionados com a natureza dos *media*.

Coleman, McCombs, Shaw e Weaver (2009) destacaram, quanto à audiência, a necessidade de orientação e o contacto com os temas.

A necessidade de orientação é um conceito psicológico que descreve as diferenças entre as pessoas no seu desejo para entender um novo ambiente ou situação. A necessidade de orientação é definida por sua vez em duas ordens de conceitos: relevância e incerteza. A relevância significa que um assunto





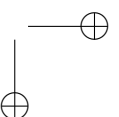
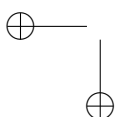
é social e pessoalmente importante. A incerteza regista quando a quando as pessoas sentem que não tem toda a informação que necessitam acerca de um tópico. Assim, debaixo de condições de elevada incerteza e alta relevância, a necessidade de orientação é alta e o efeito de agenda tende a ser forte.

Outro factor que se tem em conta é a natureza dos temas, nomeadamente se são ou não temas acerca dos quais pessoas têm experiências pessoais. Quando verifica a existência de experiência pessoal, diminui o efeito de agendamento. Por exemplo, alguém que esteja desempregado não necessita tanto dos *media* para obter informação sobre o desemprego. Os assuntos dos quais as pessoas não têm experiência directa são aqueles que se tornam mais importantes para as pessoas pelo facto de serem objecto de um agendamento intensivo.

Por outro lado, existem estudos que dizem respeito a diferentes *media*. A capacidade de agendamento dos temas diferirá de meio para meio. Palmgreen e Clarke (1976) concedem à imprensa um maior poder de agendamento dos temas de importância local e à televisão um maior poder de agendamento nos temas de importância nacional ou internacional. Outros investigadores concedem à televisão um maior poder de agendamento (Zucker, 1978). Outros ainda afirmaram que a imprensa tem uma maior capacidade de agendamento a longo prazo, enquanto a capacidade de agendamento da televisão a curto prazo seria maior (McCombs, 1977). Existem ainda trabalhos sobre efeitos visuais de agendamento. Coleman e Bannings (2006) examinaram os efeitos de segundo nível das imagens televisivas dos candidatos encontraram correlações significativas entre o enquadramento visual televisivo de W. Bush e Gore nas impressões afectivas do público nas eleições de 2000.

Outro conceito que tem vindo a merecer atenção crescente é a fusão de agendas, um fenómeno em que as audiências procedem a uma combinação de agendas de vários *media*: as pessoas usam a televisão, a rádio mas também recorrem a websites ou outras fontes noticiosas para complementarem a imagem inicial.

O segundo nível de agendamento significa que os teóricos do agendamento acreditam que as notícias também nos dizem o que pensar. Na verdade, desde logo se tornou visível que o poder de agendar se não resumia à capacidade de conferir saliência a este ou aquele aspecto do ambiente circundante. Esta dimensão da teoria tornou-se cada vez mais explícita.





Espiral do Silêncio

Noelle–Neumann considera que os meios de comunicação têm um efeito decisivo na concepção que as pessoas fazem da realidade. Afirma mesmo que a hipótese dos efeitos limitados constituiu um erro científico, pois quanto mais distantes as pessoas estão dos acontecimentos maior é o seu interesse na cobertura dos mesmos e menor é a dependência de pressuposições e atitudes previamente estabelecidas (Noelle – Neuman, 2009, pp. 153-154).

A teoria porque é mais conhecida – espiral do silêncio – parte da premissa de que as pessoas temem o isolamento e buscam a integração social, prestando atenção e aos comportamentos majoritários. Considera-se a existência de dois tipos de opinião: a) as estáticas, que decorrem, por exemplo, do costume; e b) as dinâmicas que defendem pontos de vista transformadores decorrentes de uma filosofia da acção. Em relação às primeiras, os agentes sociais posicionam-se-iam por aproximação ou afastamento. Porém, em relação às opiniões e atitudes configuradoras de mudança, os indivíduos, desejosos de popularidade e com o objectivo de não se isolarem, seriam cautelosos. Assim, se a mudança se estivesse a dar no sentido das suas opiniões e se sentissem que haveria receptividade pública para a expressão dessas opiniões, as pessoas não hesitariam em expô-las. Contudo, se as mudanças estivessem a decorrer em sentido contrário ou se as pessoas sentissem que não haveria receptividade pública para a exposição das suas opiniões, tenderiam a silenciar-se.

O resultado é um processo em espiral que incita os indivíduos a perceber as mudanças de opinião e a segui-las até que uma opinião se estabelece como a atitude prevalecente, enquanto que as outras opiniões são rejeitadas ou evitadas por todos, à excepção dos duros de espírito, que persistem na sua opinião. Propus o termo *espiral do silêncio* para descrever este mecanismo psicológico. (Noelle-Neumann, 1977, p. 144)

Assim, a opinião pública no seu sentido de espaço de controvérsia seria claramente objecto de uma distorção. Os meios de comunicação tendem a silenciar as opiniões que julgam minoritárias pela ausência de referência, consagrando mais espaço às opiniões dominantes, reforçando as opções que são ou parecem dominantes. Neste sentido, pode haver uma minoria que passe por





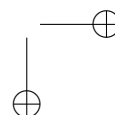
maioria e vice-versa, pelo facto de os meios silenciarem o que lhes parece minoritário e amplificarem o que lhes parece maioritário (Noelle-Neuman, 2009, p. 152).

A teoria da diferenciação de conhecimento

A teoria da diferenciação de conhecimento foi proposta primeiro por Tichenor, Donohue e Olien na Universidade de Minnesota nos anos 70. Estes pesquisadores acreditam que o aumento da informação na sociedade não é distribuído igualmente por todos os seus membros, pois as pessoas com o estatuto económico mais elevado têm mais competências para adquirir informação. A diferenciação do conhecimento resulta num fosso crescente entre pessoas de estatuto socioeconómico mais e menos elevado. A exposição aos *media* tem o efeito de aumentar o fosso entre membros de classes sociais diferentes. Em suma, a hipótese que a teoria levanta é a de que entre os principais efeitos da comunicação social a longo prazo se inscreve a capacidade de diferenciar “classes” sociais em função do conhecimento. As pessoas educacionalmente mais favorecidas têm melhores condições para absorver mais informação e para melhor integrar essa informação nas suas estruturas cognitivas. Se essas pessoas tivessem capacidade económica para terem igualmente um acesso regular a nova informação, então o seu nível de conhecimento, a longo prazo, tenderia a afastar-se significativamente do nível de conhecimento das “classes” educacional e economicamente menos favorecidas. Ora, quanto mais conhecimento as pessoas mais favorecidas obtivessem, mais informação conseguiriam igualmente integrar nas suas estruturas cognitivas, pelo que se entraria num círculo vicioso.

Quando a introdução de informação dos meios de comunicação de massa num sistema social aumenta, os segmentos da população de estatuto socioeconómico mais elevado tendem a adquirir esta informação a um ritmo mais rápido do que os segmentos socioeconómicos de níveis mais baixos, pelo que a diferença de conhecimentos entre estes segmentos tende a aumentar em vez de diminuir. (Tichenor, Donohue e Olien, 2002, p. 79)

Precisando melhor, tal não significa que os segmentos populacionais de estratos mais baixos e que os mais pobres em conhecimento se tornem ainda

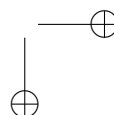
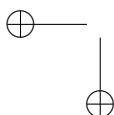




mais pobres em termos absolutos. O que se demonstra é que o crescimento do conhecimento é relativamente maior nos segmentos de estatuto mais elevado. As pessoas educacionalmente mais favorecidas reúnem melhores condições para absorver a informação e estruturá-la cognitivamente. A longo prazo, se mantiverem acesso regular a informação, tendem a afastarem-se das classes económica e culturalmente menos favorecidas. A função informativa e educacional tenderia sempre a favorecer as pessoas que já se encontravam à partida mais favorecidas, no sentido em que se diferenciam positivamente dos restantes, acentuando em relação a estes o respectivo fosso informativo, educacional e cognitivo. Em face deste aumento de diferencial, pode admitir-se a possibilidade de que a melhoria do padrão dos níveis de instrução e de circulação de informação se traduza, de forma aparentemente paradoxal, na desqualificação cultural relativa dos estratos menos favorecidos em relação à média. Nesta situação, pode verificar-se – e verifica-se, frequentemente – que as diferenças relativas aumentem quando aumenta o fluxo de informação. A hipótese do «diferencial de conhecimento» foi observada pelos autores em assuntos públicos e em assuntos de natureza científica. Tal pode acontecer, pois, numa campanha política onde, provavelmente, as pessoas com mais interesse e informação apresentariam maiores taxas de exposição.

São apresentados cinco factores explicativos: a) O primeiro teria a ver com as competências comunicacionais já que os indivíduos com uma maior educação formal têm uma maior capacidade de leitura e de compreensão necessária para a aquisição de conhecimentos sobre ciência e assuntos políticos; b) um segundo factor seria a informação armazenada o que significa que as pessoas que dispõem de mais informação já estão melhor preparadas para compreender um tema quando este aparece nos *media*; c) um terceiro factor diz respeito ao contacto social relevante, já que se considera que um grau de instrução maior determina uma esfera mais ampla de acesso a grupos de referência e a contactos interpessoais, incentivando o debate; d) um factor adicional diz respeito à chamada exposição, atenção e retenção selectivas, já que o grau de selectividade resulta não tanto de atitudes mas do grau de educação; e) um factor final diz respeito à natureza dos sistemas de comunicação utilizados. No caso da ciência e dos assuntos públicos estes tenderiam a ser mais focados pela imprensa verificando-se que os meios de comunicação impressos são mais orientados para os estratos mais elevados da população (Tichenor, Donohue e Olien, 2002, pp. 81-82).

Livros LabCom





A teoria é bastante sensível à problemática da influência e do poder. À partida a distribuição da informação já estaria limitada por três mecanismos de controlo do conhecimento que levavam a que este pudesse ser melhor distribuído e aproveitado pelas pessoas com maiores níveis educativos e socio-económico-culturais, no sentido da manutenção da sua liderança social: a) a cobertura concentra-se nos agentes de poder e nas pessoas de mais elevado estatuto social; b) o controlo da estrutura empresarial mediática é feito por pessoas com o acesso já por si mais facilitado aos *media*; c) as diferenças de conhecimento dos receptores que se traduziram em diferentes capacidades de interpretação e descodificação (Saperas, 1993, p. 10).

Uma das questões que actualmente tem sido investigada no campo da teoria do *Gap Hipotesis* reside na sobrecarga de informação gerada pelos novos meios. Aqueles que não só tiverem acesso à informação e aos novos meios mas também que saibam gerir essa informação serão os mais beneficiados e os desníveis de conhecimento poderão, assim, acentuar-se.

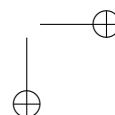
A construção social da realidade

Nos estudos sobre jornalismo, tem sido referida a existência de uma visão da notícia que enfatiza o seu papel na construção da realidade. Este tipo de abordagem permite, nomeadamente, indicar como a actividade jornalística não se limita a reproduzir a realidade mas intervêm na construção social da mesma.

Nesta perspectiva, mais do que simples espelhos de uma realidade pré-existente, os jornalistas e, conseqüentemente, os enunciados por eles produzidos intervêm activamente na construção das condições e do modo em que a realidade é percebida. Assim, “é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* que devem reflectir essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade” (Traquina, 2001, p. 28).

Os factos não existem em si próprios, dotados de uma evidência e de uma espessura ontológica auto-suficiente de que os enunciados jornalísticos seriam puros reflexos. São produto de um encontro entre os factos e os seus relatos, sem os quais, aliás, não existiriam como factos jornalísticos. A realidade não pode ser algo completamente autónomo e distinto do modo como os actores a interpretam, a interiorizam, a reelaboram e redefinem histórica e culturalmente (Grossi citado por Rodrigo Alsina, 1996, p. 29).

Este corpo teórico filia-se por isso, numa tradição da filosofia das ciências



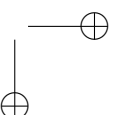
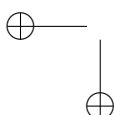


sociais que engloba a obra de Alfred Schutz, e dos seus continuadores, Peter Berger e Thomas Luckmann em torno do conceito de construção social da realidade. A análise desta obra demonstra-nos uma especial atenção à intersubjectividade na constituição do sentido comum dos actos sociais. Neste sentido, a comunicação é constituinte e estruturante da própria sociabilidade. A ordem social e a própria atribuição recíproca de significados que lhe é inerente implica que haja um entendimento mínimo em que todos os actores possam criar uma clara disposição para perceberem os significados atribuídos a outrem de uma maneira relativamente idêntica. A linguagem permite os processos de institucionalização da sociedade como realidade objectiva. A realidade quotidiana só se manifesta como presente graças à linguagem e a possibilidade que esta constitui de uma comunicação contínua com a alteridade. A informação jornalística pode ser vista como construção social da realidade uma vez que se trata de um projecto de objectivação regido por práticas institucionalizadas, como sejam as tipificações e as rotinas. Neste sentido, a prática informativa não pode ser considerada como simples acção selectiva mas uma acção que intervêm directamente na construção de significados intersubjectivamente partilhados.

Assim, os conceitos utilizados neste corpo de teorias sublinham que os homens e as mulheres constroem activamente significações sociais comuns e partilhadas. A construção da realidade, no sector da investigação comunicativa, traduz-se no caso da informação jornalística, na produção de sentido através da acção e das rotinas que organizam a profissão jornalística (Grossi, citado por Saperas, 1993, p. 141). A aplicação ao domínio dos *media* informativos da teoria da construção social da realidade sublinha a importância da cultura jornalística, a ideologia dos membros da comunidade, as rotinas e procedimentos que os profissionais utilizam para levar a cabo seu trabalho (Traquina, 2002, p. 99).

Verifica-se, hoje, um certo consenso científico na aceitação da ideia de que as notícias não reflectem a realidade social, antes activamente a constroem. Saperas (1993, p.:139) defendeu o estudo da notícia como forma de construção da realidade social como “uma clara e eficaz possibilidade para se introduzir uma nova perspectiva no estudo da profissão jornalística”.

Altheide (1985: 10) identificou uma linha de investigação desenvolvida sob a influência do interaccionismo simbólico, da fenomenologia e da etnometodologia que enfatiza como o mundo social é construído através da comu-



nicação. Se em séculos anteriores os *media* reflectiam a força das instituições dominantes, na era moderna “são a força dominante à qual outras instituições se conformam” (Altheide e Snow, 1979 citado em Hackett, 1993, p. 108).

Da mesma forma, Tuchman (1978, p. 184) acredita que as notícias não espelham a sociedade mas, antes, “ajudam a defini-la como um fenómeno social partilhado, dado que no processo de descrição de um acontecimento, definem e moldam esse acontecimento”. Molotch e Lester (1993, p. 40) repudiam explicitamente a concepção dos jornalistas como “repórteres-reflectores de uma realidade objectiva, de acontecimentos reconhecidamente importantes no mundo” e consideram que “acontecimentos são aquilo a que prestamos atenção”. Logo, na abordagem dos meios de comunicação de massa não se procura a realidade “mas os propósitos que estão subjacentes às estratégias de criação de uma realidade em vez de outra” (Idem, p. 50).

Do mesmo modo, Hall (1982 citado por Hackett, 1993, p. 109) considera que a realidade não pode ser entendida como uma dada série de factos: “Isso implica o trabalho activo de seleccionar, apresentar, de estruturar e dar forma: não apenas a transmissão de um significado já existente, mas o trabalho mais activo de dar significado às coisas”. Finalmente, para Benett (citado por Hackett, 1993: 109-110) urge eliminar fundamentalmente a distinção entre o domínio da realidade social e o domínio das representações, um ponto que se aplica não só aos *media* mas também à linguagem. A significação é um processo activo que se constrói activamente, não se limitando a reflectir uma realidade pré-existente.

Além do conceito de tipificação e da atenção às rotinas, a noção de atitude natural desenvolvida pela sociofenomenologia encontra-se entre aquelas que de modo mais profícuo e persistente originou conclusões no campo dos estudos jornalísticos. O estilo cognitivo do mundo na vida quotidiana é a atitude natural a qual evoca um interesse pelo mundo de natureza pragmática e utilitária (Schutz, 1976, p. 7. 2). A atitude natural trabalha com a "certeza" dos agentes, operando pragmaticamente na relação com o mundo social. É caracterizada por um realismo e pragmatismo em o indivíduo se encontra diante do objecto sem se interrogar e aceitando-o na sua evidência.

O jornalismo é insistentemente objecto de problematização porque reproduz traços que podem ser associados à atitude natural. Na sua pratica quotidiana, a linguagem jornalística adopta frequentemente uma intencionalidade pragmática, prescindindo da abstracção e da reflexão.



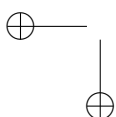
A atitude do jornalista na sua relação com a realidade e com o conhecimento não é uma atitude reflexiva mas antes eminentemente prática: “Como forma de conhecimento as notícias não são teóricas, no sentido em que não são nem formais, nem sistemáticas nem abstractas” (Phillips, 1993, p. 328). Os jornalistas prescindem de uma atitude teórica para afirmarem, em seu lugar uma postura pragmática que opera por razões profissionais, de acordo com algumas evidências adquiridas, práticas organizacionais burocratizadas, rotinas solidificadas pela experiência e necessidade de organizar o mundo de acordo com necessidades espaciais e temporais.

Os temas exigem explicações analíticas do mundo quotidiano enquanto experiência socialmente estruturada. Temas como “o racismo ou o “sexismo” implicam uma descrição de processos sociais que envolvem relações entre instituições e problemas sociais enquanto o trabalho jornalístico enfatiza o individual, o acontecimento discreto susceptível de ser descrito em termos de princípio, meio e fim (Tuchman, 1978, p. 134).

Um elemento típico da atitude natural é a simplificação: a notícia tem que ser facilmente assimilada e facilmente compreendida por leitores com competências muito diversificadas. A simplificação responde como uma adaptação às necessidades percebidas da audiência que tendem a dicotomizar a realidade, facilitando a apresentação dos acontecimentos de um modo dramático e personalizado.

Outros conceitos importantes são o de reflexividade e indexicalidade (Tuchman, 1978, p. 188). Analisando de forma detalhada os processos de objectivação, um dos elementos fundamentais a ter em conta consiste no esquecimento do modo como determinado significado foi produzido, nomeadamente das circunstâncias históricas, sociais, existenciais e culturais que estiveram na sua origem.

A reflexividade explica que os relatos dos acontecimentos estão inseridos na mesma realidade que eles próprios caracterizam, registam e estruturam. Designa um fenómeno natural ligado à linguagem que resulta na impossibilidade de descrever uma acção sem que possam ser fornecidos os elementos do quadro de acção onde ela ocorre. A indexicalidade surge de certo modo como o reverso deste processo de construção do conhecimento na medida em que os actores sociais – que construíram significados tendo em vista a realidade em que estão inseridos – podem utilizar tais relatos noutros contextos, atribuindo-lhes significados independentemente dos contextos em que foram criados e





processados, criando uma atribuição indexical de sentido. As explicações que os actores sociais elaboram de suas condutas sociais (*accounts*) são expressões indicativas (*indexical expressions*), o que quer dizer que apenas ganham seu pleno sentido quando relacionadas a informações contextuais obtidas no pleno curso da interação – como as biografias, o propósito do enunciador, o curso anterior da relação de interação, as circunstâncias da enunciação, a relação única do locutor com seu ouvinte. Desse modo, os significados sociais estão em constante construção e reconstrução, ao mesmo tempo que se reportam a regras tácitas de “comunidades de sentido” e a “acordos compartilhados”. As notícias, apesar da sua reflexividade, ou seja, de estarem implantadas no contexto da sua produção, são apresentadas de forma indexical, ou seja, divorciadas do seu contexto de produção. Por exemplo, o jornalista pode citar a fonte sem indicar como uma certa pergunta provocou a resposta da fonte.

Este processo está de certa maneira presente na construção de toda a informação pública. O relato noticioso de um acontecimento específico (um escândalo, um assassinato, um motim) dá forma a noções públicas e partilhadas por todos acerca de todos os acontecimentos do mesmo tipo ou semelhantes. No processo de transformação do acontecimento em notícia, verifica-se um processo de abstracção selectiva, onde se podem descurar pormenores e detalhes daquele motim particular e atribuir relevo a outros.

A utilização das notícias sem referência ao contexto da sua produção funda-se no seu carácter indexical, isto é na sua descontextualização em relação à realidade social em que o enunciador estava inserido (Tuchman, 1978, pp. 190-191). Neste sentido, pode dar-se uma codificação dos significados à margem dos contextos em que foram originalmente produzidos, originando-se um processo em que as notícias surgem como a-históricas e desligadas do seu contexto situacional concreto, fechadas numa positividade que recusa a relação com a história. Assim, um repórter pode identificar um facto sem explicar como aquele facto foi produzido. A indexicalidade das notícias está presente, simultaneamente, quer na a-historicidade das notícias, quer na sua lógica do concreto, a insistente recusa dos jornalistas em apresentarem as notícias no seu contexto situacional – a recusa em analisarem a relação entre ontem, o hoje e o amanhã (Tuchman, 1978, p. 192).





O regresso do público

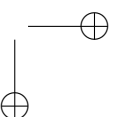
Ao invés do que acontece na forma atomista e carente de interacção conhecida por «massa» descrita pela Escola de Frankfurt, existe em torno da forma de sociabilidade definida por «público» um rol de posições de tendência geralmente positiva que se identificam com a possibilidade de recepção crítica das mensagens. A esfera pública, descrita ao longo de “Mudança Estrutural da Esfera Pública” (1984) é uma instância em que os sujeitos são vistos como capazes de gerar uma vontade colectiva através de uma comunicação tendencialmente racional e livre de constrangimentos.

Inicialmente, Habermas descreve a Europa, em especial a Inglaterra, do século XVIII, na qual a esfera pública entre a sociedade e o Estado, e o público, com o auxílio dos jornalistas, se organizava a si própria como árbitro da opinião pública. Porém, acaba por concluir que isto já não se verifica mais. Com efeito, o jornalismo já não pode efectivamente despertar uma opinião pública racional porque está em interpenetração com a publicidade comercial e o entretenimento, provocando esta mistura o declínio da própria opinião pública.

Mais recentemente, a esfera pública passou a ser entendida como uma rede multiforme de espaços de comunicação, de informação e de trocas de pontos de vista e retoma a sua importância como uma esfera de identificação, detecção e tematização de problemas, cuja influência se deve continuar a reflectir no posterior tratamento das questões que, seguidamente, tem lugar no interior do sistema político. Os *media* são um elemento de ordenação cultural que impedem que o ideal democrático alargado a todos os participantes da comunidade política não fique reduzido às elites (Habermas, 1996, p. 362).

Para além do trabalho desenvolvido por Habermas, há uma tradição americana que encontra em John Dewey a sua mais vigorosa expressão e que enfatiza a importância da leitura da imprensa na transformação da democracia, designadamente ao permitir aos cidadãos a possibilidade de ascenderem à conversação informal sobre assuntos de interesse colectivo (Friedland, 2000, pp. 121-123; Rosen, 1999, pp. 24; 43; Christians, 1999, pp. 68).

Ambas as tradições influenciaram decisivamente uma escola de jornalismo recente designada por jornalismo público. O jornalismo público resulta da vontade de organizações cívicas e organizações jornalísticas em revitalizar uma forma de jornalismo mais próximo dos seus públicos que encontrará em



organizações informais da sociedade civil os interlocutores que chamam a atenção para questões quotidianas por vezes esquecidas pelos *media*.

A primeira tarefa invocada pelos partidários desta forma de jornalismo é tomar a responsabilidade de estimular o diálogo em assuntos que sejam objecto de uma preocupação comum no que diz respeito a um público democrático (Pauly, 1994: xx). Enquanto o jornalismo tradicional reconhece a objectividade e a distanciação como uma fundação filosófica e moral para a prática do Jornalismo, o jornalismo público representa uma tentativa de relacionar os jornalistas com a comunidade em que estes operam (Esterowikz e Roberts, 2000: xiii; 3).

O jornalismo público espera afirmar-se como um jornalismo mais conversacional e dialógico, dando voz a audiências múltiplas e aprofundando o respeito pela diversidade. Nesse sentido, deve-se buscar uma orientação cooperativa no sentido de dar voz a franjas da sociedade afastadas da visibilidade mediática.

De acordo com esta, existem metodologias que devem ser utilizadas pelos próprios jornalistas para alterar e melhorar o debate político. As primeiras experiências, conduzidas em jornais de dimensão regional, envolveram um conjunto de estratégias de auscultação do público e a promoção de iniciativas que fomentassem o seu envolvimento na vida comunitária. As principais tarefas do processo de produção de notícias, como a definição da agenda e do tipo de cobertura noticiosa, foram reformuladas, visando um maior envolvimento da comunidade, assumindo ainda os *media* informativos um papel activo na promoção do debate e da deliberação entre os cidadãos. Exemplos dessa reorientação do trabalho jornalístico para o público são a criação da “agenda dos cidadãos”, integrando os assuntos que, através de sondagens, as comunidades identificam como prioritários; o tratamento noticioso em profundidade desses temas; a criação de grupos de foco e de painéis de cidadãos para acompanhar e criticar o trabalho dos *media* e a organização de “reuniões de cidade” para debater os assuntos e deliberar sobre possíveis soluções.

Como é óbvio, à luz de uma proposta deste género, há um questionamento dos efeitos que é feito a partir dos próprios *media*: independentemente do cepticismo com que a proposta seja acolhida, ela manifesta o desejo de, sem prescindir nunca da mediação jornalística, transpor uma parte do processo de agendamento para os próprios públicos das comunidades envolventes dos jornais.



Novos desafios do futuro: algumas notas exploratórias sobre as teorias dos efeitos

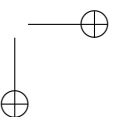
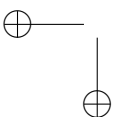
Terminamos com uma breve abordagem das teorias mais recentes, à luz das recentes transformações nomeadamente tecnológicas que se têm vindo a verificar.

A abordagem motivacional dos usos e gratificações encontrou um espaço natural na pesquisa dos novos meios, dado que a liberdade, autonomia e perspectiva individual que o caracterizam parecia associar-se de forma adequada ao estilo e pressupostos epistemológicos e metodológicos da teoria. Consequentemente, o uso da teoria dos usos e gratificações foi um dos primeiros enquadramentos teóricos a ser usado quando o novo meio foi introduzido na nossa sociedade (Rafaeli, 1986; Morris & Ogan, 1996). Assim, foram levados a efeito muitos estudos de usos e gratificações para obter uma perspectiva mais aprofundada dos usos que as pessoas davam aos novos *media*.

O mesmo já se havia passado com outro tipo de suportes mediáticos que implicavam alguma espécie de escolha individual como sucedeu com os gravadores de vídeo e a televisão por cabo e mais recentemente com telemóveis. A difusão rápida da internet e da Web ganhou a atenção da comunidade de pesquisadores (Morris & Ogan, 1996) e foi necessário considerar a possibilidade de novos usos, necessidades e gratificações, o que se verificou logo nos primeiros anos de difusão dos novos meios (Lee, 2004).

Inversamente, pensou-se que o agendamento seria uma das teorias que sofreria um dos golpes mais duros da aparição da Internet. Uma das premissas básicas da teoria era de que as pessoas que não recebessem informação em primeira mão por percepção directa ou em segunda mão através do testemunho de outros ficariam dependentes da orientação mediática, no que respeita à importância dos assuntos. A questão que se colocou foi a de saber se os novos meios não constituíam uma oportunidade para ultrapassar a capacidade de agendamento e para buscar apenas a informação que interessasse, o que explicaria a atenção conferida a uma teoria como os usos e gratificações. Porém, já se verificou que o processo de agendamento ficou longe de ser algo de irrelevante. Na verdade, quando as pessoas vão para a internet em busca de notícias dirigem-se para páginas de *media* tradicionais.

Um estudo de Marcus Messner e Marcia Watson Distaso (2008) reafirmou a importâncias dos *media* tradicionais na blogosfera, mas também o contrário,



ou seja a influência crescente dos blogues no relato jornalístico tradicional. Os blogues dependem bastante da imprensa tradicional para recolha da informação. Por sua vez, os jornalistas lêem os blogues para se aperceberem um pouco do que se «vai dizendo», sendo certo que os blogues também captam cada vez mais a atenção dos jornalistas. Os autores assinalam um aumento significativo do número de vezes que o *Washington Post* e o *New York Times* usaram blogues como fontes noticiosas indicando que eles são cada vez mais uma fonte influente e credível. Por outro lado, quando verificaram as fontes de 120 produtores de blogues concluíram que 73% das fontes vinha de outros *media*.

Os autores usaram a hipótese do agendamento inter-midiático para responder à questão de saber quem estabelece a questão da agenda dos *media*. Este estudo também demonstrou que a hipótese do agendamento tradicional com os *media* a determinarem a relevância do assunto na opinião pública podia ser mais complexa, voltando-se para as relações entre a imprensa, a audiência, e as fontes e, provavelmente, de entre cada um destes elementos dentro de si. Numa era de convergência e de crescimento de canais de informação, faz sentido perceber as relações que um tema gera durante o processo da sua divulgação e recepção, ao longo de vários tipos de *media*.

Em relação ao mundo digital, a questão da espiral do silêncio parece ter algum impacto na literatura europeia sobre opinião pública e sobre o modo como esta se constitui. Basicamente, para alguns autores a internet limita os factores que implementam o receio de isolamento social que está na base da hipótese da espiral do silêncio: nesse sentido, pode ser uma hipótese interessante de estudo do universo dos fóruns e dos comentários e outros elementos de interactividade de leitores e utilizadores associado a formas de jornalismo *online*. Numa perspectiva mais optimista, ao reduzir a referência concreta a pistas relativas ao estatuto social e ao possibilitar o anonimato, a internet esbate alguns dos elementos que estão na base da necessidade de conformidade inerente ao estudo deste efeito. Por outro lado, alguns autores reconhecem e uma tendência para a conformidade que se observa no facto de que as pessoas preferirem formar grupos com aqueles com quem concordam, num fenómeno que designam como *homofilia dos grupos primários* – que caracteriza o facto de os indivíduos interagirem preferencialmente com outros que lhes são ideologicamente próximos. Afinal, muitos utilizadores demonstram um forte sentido de grupo, evidenciando uma larga generalidade das mensagens mani-



festações de adesão a uma certa filiação político-partidária, traduzindo-se no apoio a um candidato político, a uma ideologia ou decisão política (Wilhelm, 1999, p. 161).

Outro aspecto prende-se com o uso do anonimato e o seu alegado efeito desinibidor. Dahlberg (2001) atribui a prática do designado *flaming* ao efeito desinibidor da CMC – que motiva os indivíduos a sentirem-se livres para se expressarem como quiserem, devido à ausência de referências socialmente identificadoras. Nestes casos detecta-se o contrário: uma desinibição formada por manifestações de violência verbal, intimidadoras e desencorajadoras da participação alheia que funciona, também ela, como uma forma de pressão para a conformidade.

Este tipo de temas pode ser facilmente extensível a outros dois tipos de teorias que se relacionam com os efeitos dos *media*: a tematização de Luhmann e o conjunto de algumas teorias que se agrupam em função em torno do conceito de deliberação, sustentando a internet como nova esfera pública e o jornalismo do cidadão como uma espécie de expressão da cidadania universal, com ou sem invocação expressa de Habermas. A hipótese da tematização – a ideia de que os *media* favorecem a constituição de temas sobre os quais incide a atenção – surge precisamente como o oposto da ideia de participação e cidadania universais bem como a ideia da possibilidade de abertura universal do espaço público. A primeira (tematização) é compatível com aqueles estudos que chamam a atenção para as possibilidades do jornalismo *online* agregar e especializar temas, leitores e, conseqüentemente, induzirem a formatação dos fóruns de utilização dos comentadores e utilizadores. A hipótese contrária – a criação de uma esfera pública ampliada – é alimentada pelos que vêm na internet e no jornalismo *online*, a possibilidade de formação de uma cidadania e de uma participação activa e tendencialmente ilimitada, onde tudo pode ser discutido e à qual todos têm, idealmente, acesso. Em ambos os casos, tratam-se de visões opostas dos efeitos dos *media* sobre a opinião pública.

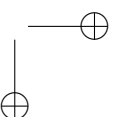
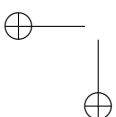






Bibliografia

- Adoni, Hannah e Mane, Sherryl (1984), «Media and the social construction of reality: toward an integration of theory and research». *Communication Research*, Vol. 11, nº 3, 323-340, Beverly Hills, Sage.
- Abbott, Andrew. D. (1988). *The system of professions: An essay on the division of expert labor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Adorno, Theodor (1987). «A indústria cultural». In Gabriel Cohn (org.), *Comunicação e indústria cultural* (287-295). São Paulo: T.A. Queiroz.
- Adorno, Theodor e Horkheimer, Max (1995). *Dialectic of Enlightenment*. London: Verso.
- Altheide, David, (1976). *Creating reality: How TV news distorts events*. Beverly Hills, London: Sage Publications.
- Altheide, David L. (1985). *Media power*. New Delhi, London: Sage Publications.
- Allan, Stuart (1997), «News and public sphere: Towards an history of objectivity and impartiality». In Michael Bromley, e Tom O'Malley, (Eds.), *A journalism reader* (296-329). New York and London: Routledge.
- Anders, Hansen; Cottle, Simon; Negrine, Ralph e Newbold, Chris (1988). *Mass communication research methods*. New York: Palgrave.
- Anderson, Ruth. B. (1983). *Imaged communitis: Reflexions on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.



- Anderson, Rob, Dardenne; Robert, e Killenberg George M. (1994). *The conversation of journalism: Communication, community, and news*. Westport, CT: Praeger.
- Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.
- Allan, Stuart (2006). *Online news: Journalism and the internet*. Maidenhead: Open University Press, McGraw-Hill House.
- Arendt, Hannah (1986). *The human condition*. Chicago, Chicago University Press: 1986.
- Badin, Laurence (1994). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bailey, George e Lichty, Lawrence (1972). «Rough justice on a Saigon Street: a gatekeeper study of NBC's Tet execution film». *Journalism Quarterly*, XLIX, 221-225.
- Barthes, Roland (1989). *Elementos de semiologia*. Lisboa: Edições 70.
- Beharrell, Peter (1993), «Aids in the British press». In Glasgow University Group,(Eds.) *Getting the message* (210-242). London: Routledge.
- Bell, Allan (1991). *The Language of news Media*. Oxford: Blackwell.
- Bell, Allan (2001), «The discourse structure of news stories». In Allan Bell e Peter Garrett, (Eds.), *Approaches to media discourse* (64-104). Oxford: Blackwell Publishers.
- Bell, Allan e Garrett, Peter (2001). «Media discourse: A critical overview». In Allan Bell e Peter Garrett (Eds.), *Approaches to media discourse* (1-20). Oxford: Blackwell Publishers.
- Benito, Ángel (1995). *La invención de la actualidad: técnicas, usos y abusos de la información*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, Walter (1987). «O narrador». In *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política* (197-220). São Paulo: Brasiliense.

- Benjamin, Walter (1987). «A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica». In *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política* (165-195). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, Walter (1987), «Experiência e Pobreza». In *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política* (114-119). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, Walter (1987), «O autor como produtor». In Walter Benjamin, *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política* (120-136). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, Walter (1987), *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*, São Paulo: Brasiliense.
- Berger, Peter. e Luckmann, Thomas. (1973). *A construção social da realidade*. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes.
- Berganza, Roza (2000) «O contributo da escola de Chicago para o jornalismo contemporâneo: As reflexões de Robert Ezhra Park sobre a notícia». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Jornalismo 2000, (355-3766). Lisboa: Relógio d'Água.
- Bird, Elizabeth e Dardenne, Robert W. (1993), «Mito, registo e “estórias”»: explorando as qualidades narrativas das notícias». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (263 – 277). Lisboa: Vega.
- Bird, Elizabeth e Dardenne, Robert, (2009), «Rethinking news and myths as storytelling». In Karin Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch, orgs, *The Handbook of Journalism Studies* (205-217). London, New York: Routledge.
- Bissell, Kimberly. L. (2000). «A return to “Mr. Gates”: Photography and objectivity». *Newspaper Research Journal*, vol. 21, nº 3, 81-93.
- Benson, Rodney e Neveu, Érik (2005). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press.
- Black, Jay, ed. (1997). *Mixed news: The public/civic/communitarian journalism debate*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

- Blumer, Herbert (1987), «A massa, o público e a opinião pública». In Gabriel Cohn, org., *Comunicação e indústria cultural* (177 – 186). São Paulo: T. A. Queiroz Editora.
- Blumer, Jay e Gurevitch, Michael (1995). *The crisis of political communication*. London, Routledge 1.
- Bleske, Glen. L. «Ms Gates takes over: an updated version of 1940 case study». *Newspaper research journal*, vol. 12, nº 4, 88-9.
- Bobbio, Norberto (2000). *Teoria Geral da Política: a filosofia política e as lições dos clássicos*. Rio de Janeiro: Campus.
- Bolaño, César (2006), «Jornalismo on line: reflexões a partir da economia política da comunicação». *Verso e Reverso* ano XX – 2006/1 – Número 43. Disponível online em www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60. Consultado pela última vez m 6/8/2008.
- Boczkowski, Pablo.J. (2005). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge: MIT Press.
- Bourdieu, Pierre (1979). *O Desencantamento do mundo: estruturas económicas e estruturas temporais*. São Paulo: Perspectiva.
- Bourdieu, Pierre (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Diefel.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, Pierre (2000). *O Campo económico*. Campinas: Papiрус.
- Bourdieu, Pierre (2001). *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Questions de sociologie*. Paris : Minit.
- Braber, Doris (2000). «Para onde vai a cobertura televisiva das eleições? Lições da campanha eleitoral de 1996». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Jornalismo 2000, (181-192). Lisboa: Relógio d'Água.

- Bowman, Sahayne and Willis, Chris (2003) «We Media: how audiences are shaping the future of news and information», The Media Center at the American Institute, 2003. Texto acedido pela última vez em 6 de Agosto de 2010 em www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
- Briggs, Mark (2007). *How to survive and thrive. A digital literacy guide for the information age*. Edited by Jan Schaffer. An initiative of J-Lab and the Knight Citizen News Network disponível em http://www.j-lab.org/Journalism_20.pdf. Consultado pela última vez em 27 de Agosto de 2010.
- Brown, Richard. M., (1979). «The gatekeeper reassessed: A return to Lewin». *Journalism Quarterly*, vol. 59, nº 3, 595-601.
- Bruns, Axel (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang Publishing.
- Burgelin, Olivier (1970). *A comunicação social*. Lisboa: Edições 70.
- Breed, Warren (1993), «Controlo social na redacção. Uma análise funcional». in Nelson Traquina, , (Org.), *Jornalimos: Questões, teorias e "estórias"* (152-166). Lisboa: Vega.
- Cádima, Francisco Rui (2000) «Virtualidades do jornalismo e jornalismo virtual». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, *Jornalimos 2000*, (287-296). Lisboa: Relógio d'Água.
- Cádima, Rui, e Figueiredo, Alexandra (2003). *Representações (Imagens) dos imigrantes e das minorias étnicas nos media*. Lisboa, Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas
- Canavilhas (2008) *Webnoticia: Propuesta de modelo periodístico para la WWW* Colecção Estudos em Comunicação, Covilhã, Livros Labcom. Disponível em www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/canavilhas-webnoticia.html. Consultado pela última vez m 29 de Julho de 2010.
- Carey, James W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge.

- Carey, James W (2002) «Foreword». In Hanno Hardt. *Social theories of the press* (pp ix-xiv). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Carvalho, José Ricardo (2006), «Da representação mediática à recepção política: discursos de uma minoria». *Sociologia, Problemas e Práticas*, 51, 73-93.
- Carvalho, José Ricardo (2008). *Do Bidonville ao arrastão. Média, minorias e etnicização*. Lisboa, Imprensa de Ciências Social.
- Cebrian Herreros, Mariano (s/d). *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión e programación*. Madrid: Síntesis.
- Charaudeau, Patrick; Maingueneau, Dominique (2004). *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto.
- Charity, Arthur (1995). *Doing public journalism*. New York: Guilford Publications.
- Chibnall, Steve (2001). *Law-and-order-news: an analysis of crime reporting in the British press*. London: Routledge.
- Cirino, Robert (1970). *Don't blame the people: How the news media uses bias, distortion and censorship in to manipulate public opinion*. Los Angeles, Diversity Press.
- Chomsky, Noam (1973). *The Political economy of human rights, Vol. 1. The Washington Connection and Third World Fascism*, Nontrela, Black Rose Books e Boston: South End Press.
- Chomsky, Noam, y Herman, Edward (1990). *Los guardianes de la libertad*. Grijalbo Mondadori, Barcelona.
- Christians, Glifford (1999), «The commom good as First Principle». In Theodore Glasser, (Ed.), *The idea of public journalism* (67-84). New York, London: The Guilford Press.
- Cohen, Stanley, & Young, Jack. (Eds.). (1973). *The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media*. London: Constable.

- Coleman, Renita. & Banning, Steve. (2006). «Network TV news' affective framing of the presidential candidates: Evidence for a second-level agenda-setting effect through visual framing». *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 83 n° 2, 313–328.
- Coleman, Renita, & McCombs, Maxwell. (2007). «The young and agenda-less? Exploring age-related differences in agenda setting on the youngest generation, baby boomers, and the civic generation». *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 84, n° 3, 495–508.
- Coleman, Renita, McCombs, Maxwell, Shaw, Donald e Weaver, David (2009). «Agenda Setting». In Karin Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch, (Eds.), *The handbook of journalism studies* (147-160). London, New York: Routledge.
- Coleman, Renita. & Banning, Steve. (2006). Network TV news' affective framing of the presidential candidates: Evidence for a second-level agenda-setting effect through visual framing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 83, n° 2, 313–328.
- Correia Fernando (1997). *Os jornalistas e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Correia, João Carlos (1994). *Verdade, profissionalismo e liberdade entre os jornalistas portugueses: 1964-1985*. Covilhã, Universidade da Beira Interior (Estágio Científico de Conclusão da Licenciatura).
- Correia, João Carlos (1998). *Jornalismo e espaço público*. Covilhã: UBI.
- Correia, João (2000). «O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público». *Revista de Comunicação e Linguagens*, n° 27, *Jornalismos 2000*, (193-212). Lisboa: Relógio d'Água.
- Correia, João Carlos (2002). «Comunicação, mundo da vida e reificação». In João Carlos Correia, (org.), *Comunicação e poder* (19-55). Covilhã: UBI.
- Correia, João Carlos (2003), «Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea». *Media*

& *Jornalismo*, Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo, nº 2, Ano 2, Primavera/Verão de 2003, 49-70.

Correia, João Carlos (2004), «Para uma teoria da comunicação: os contributos de Schutz e de Luhmann para a “construção social da realidade”», in Santos, José Manuel e Correia, João Carlos (2004), *Teorias da Comunicação* (29-51). Covilhã: UBI.

Correia, João Carlos (2004 b). *Comunicação e cidadania: os media e a fragmentação do espaço público na sociedades pluralistas*. Lisboa: Horizonte.

Correia, João Carlos, (2005). *A teoria da comunicação de Alfred Schutz*. Lisboa: Livros Horizonte.

Correia, João Carlos (2006), «Regresso ao “arrastão” de Lisboa. Reflexões sobre a epistemologia do jornalismo». In Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Célia Mota, (Orgs.), *Telejornalismo: a nova praça pública* (193-220). Florianópolis, Santa Catarina: Insular.

Correia, João Carlos e Vizeu, Alfredo (2008). «A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência». In Alfredo Vizeu (Org.), *A sociedade do telejornalismo* (11-22) Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes.

Correia, João Carlos (2009). *Teoria crítica do discurso noticioso. Notas sobre jornalismo e representações sociais*, Covilhã, UBI, Livros Labcom. Também disponível em www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/correia-teoria-critica-discurso-noticioso.html

Correia, João Carlos (2009-b). O jornalismo e a construção do real: Elementos para uma abordagem sociofenomenológica da teoria da notícia. Lição de Agregação. Departamento de Ciências da Comunicação, Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, 57 pp.

Curran, James (2002). *The power of news*. London: Routledge.

Curran, James e Seaton, Jean (2001). *Imprensa, rádio, televisão: poder sem responsabilidade*. Lisboa: Piaget.

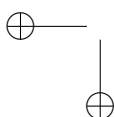
- Curran, James (2004), «The rise of Westminster School». In Andrew Calabrese & Colin Sparks, , *Toward a political economy of the culture* (13-31), New York: Rowman and Littlefield.
- Cunha, Isabel Ferin da (2003) «Imagens da imigração em Portugal». *Media & Jornalismo*, nº 2, 71-87.
- Cunha, Isabel Ferin da, Silveirinha, Maria João e Ana Teresa Peixinho (2004). *Media, imigração e minorias étnicas*. Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas.
- Cunha, Isabel Ferin da; Santos, Clara Almeida; Silveirinha, Maria João, e Peixinho, Ana Teresa (2004). *Media imigração e minorias étnicas*. Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas.
- Cunha, Isabel Ferin da; Santos, Clara Almeida; Valdigem, Catarina e Filho, Willy (2006). *Media, imigração e minorias étnicas*. Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas.
- Cunha, Isabel Ferin e Santos Clara Almeida (2008). *Media, imigração e minorias étnicas*. Lisboa, Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural.
- Cutlip, Scott M. (1954). «Content and flow of AP news from trunk to TTS to reader». *Journalim Quarterly*, Vol. 31, nº 47. 434-444.
- Dader, José Luís (1983). *Periodismo e pseudo-comunicación política*. Pamplona: Ediciones Universidade de Navarra.
- Dahlberg, Lincoln. (2001). «Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: a critical analysis». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 7, nº1 disponível em www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/120837834/HTMLSTART. Consultado pela última vez em 15 de Agosto de 2010.
- Damásio, António R. (2010), *O erro de Descartes. Emoção, razão e cérebro humano*, Lisboa, Publicações Europa-América.

- Deuze, Mark (2005), «What is Journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered». *Journalism*. Vol. 6 , nº 4, 442-464; Sage Publishers.
- Dewey, John (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Dahlgren, Peter e Sparks, Colin, (Eds.) (1991). *Communication and citizenship*. London and New York: Routledge.
- Dahlgren, Peter e Sparks, Colin (1992). *Journalism and popular culture*. London, Thousand Oaks, New Dheli: Sage Publishers.
- Díaz Noci, Javier. (2001). *La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, Javier. y Salaverria, Ramón. (Eds.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Díaz Noci, Javier; Codina Bonilla, Lluís; Seixas, Lia da Fonseca; López Garcia, Guillermo; Palau Sampio, Dolors; Palomo Torres, Bella; Tous Roviroso, Anna (2009). «Content and message analysis of online journalism: some methodological proposals» Comunicação apresentada no V Congresso Comunicação y realidade. *Trípodos Extra*, 2009, pp. 647-656. Disponível através de www.lluiscodina.com/onlineJournalism2009.pdf. Acedido pel última vez em 18 de Junho de 2010.
- Dimmick, John. (1974). «The gatekeeper: An uncertainty theory». *Journalism Monographs*, 37. November 1974. 1-39.
- Dimitrova, Daniela, Kayd, Linda Lee e Williams, Andrew Paul (2005). «War on the Web: The immediate news framing of Gulf War II». *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10, 22-44.
- Domingo, David (2006). *Inventing online journalism Development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms*. Tese Doutoral. Universitat Autònoma de Barcelona. disponível em [http://](http://www.livroslabcom.ubi.pt)



webs.racocatalla.cat/dutopia/docs/tesi_ddomingo.pdf.
Consultada pela última vez em 29 de Julho de 2010.

- Dovidaft, Emil (1966). *Periodismo*. México: Uteha.
- Downs, Douglas. (2002). «Representing gun owners. Frame identification as social responsibility in news media discourse». *Written Communication*. vol. 19, nº. 1, 44-75.
- Darnton, Robert (1975), «Writing news and telling stories». *Daedalus*, Vol. 104, No. 2, (Spring, 1975), 175-194.
- Durham, Frank D. (2001)«Breaching Powerful Boundaries: A Postmodern Critique of Framing». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (123-138). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ekstrom, Mats (2002) «Epistemologies of TV Journalism: a theoretical framework». *Journalism*, Vol. 3, nº 3, 259-282, Sage Publications.
- Efron, Edith. (1971). *The news twisters*. Los Angeles: Nash Publishing.
- Eksterowicz, Anthony J. e Robert N. Roberts, (Eds). (2000). *Public journalism and political knowledge*. Lanhan, MD: Rowman & Littlefield, 2000.
- Epstein, Edward J. (1974). *News from nowhere. Television and the news*. New York: Random House.
- Epstein, Edward J. (1975). *Between fact and fiction: the problem of journalism*. Vintage Books.
- Emery, Edwin (1965). *A história da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Editora Lidador.
- Entman, Robert.M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion and U.S. foreign police*. Chicago: Chicago University Press.



- Entman, Robert M., Matthes, Jörg e Lynn Pellicano (2009) «Nature, sources and effects of news framing». In Karin Wahl – Jorgensen e Thomas Hanitsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (175-190), London, New York: Routledge.
- Ericson, Richard, Baranek, Patricia e Chan, Janet (1987), *Visualising deviance: a study of organization news*. University of Toronto Press.
- Ericson, Richard, Baranek, Patricia, Chan, Janet (1991). *Representing order, crime, law and justice in news media*. London: Open University Press.
- Esteves, João Pissarra (1995). «Novos desafios para uma teoria crítica da sociedade». *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.ºs 21-22, 88-104, Lisboa: Cosmos.
- Esteves, João Pissarra (1998). *A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Esteves, João Pissarra (2009). «O estudo dos meios de comunicação e a problemática dos efeitos» in João Pissarra Esteves (2009), (Org.), *Comunicação e sociedade* (15-33). Lisboa: Horizonte.
- Esteves, João Pissarra (2009), (Org.), *Comunicação e sociedade*. Lisboa: Horizonte. (1ª Edição, 2002).
- Fairclough, Norman (1995). *Media discourse*, London: Edward Arnold.
- Fernsworth, Lawrence (1954) «The Unesco two point indictment of major new services», Niman Report's.
- Fidalgo, António (1995). *Semiótica: a Lógica da comunicação*. Covilhã: UBI.
- Fidalgo, António, (2004) «Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth», consultado em 21 de Julho de 2008 em www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf

- Fidalgo, António (2007). «A resolução semântica no jornalismo online». In: Susana Barbosa, (Org.). *Jornalismo digital de terceira geração* (93-102). Covilhã: Livros Labcom. Disponível em: www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf.
- Fidalgo, Joaquim (2008). *O jornalista em construção*. Porto Editora.
- Filak, Vincent e Quinn, Stephen, (Eds.), (2005). *Convergent Journalism, an introduction: Writing and producing across media*. Oxford: Focal Press.
- Fishman, Mark, (1980). *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- Fontecuberta, Mar de, (1993). *La noticia: Pistas para percibir al mundo*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel, (1971). *L'Ordre du discours*. Paris: Gallimard.
- Fowler, Roger (2005). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- French, Norah (2006). «Competing Discourses of Journalism Education». In IAMCR 25th Conference Proceedings, Cairo. July 2006, 458- 465.
- Friedland, Lewis (2000) «Public journalism and community change». In Esterowikz, Anthony J., Roberts, Robert N. *Public Journalism and political knowledge* (121-142). Lahnman, Boulder, New York, Oxford: Rowmand and Littlefield Publishers, inc.
- Friedland, Lewis (2003). *Public journalism: past and future*. Dayton, Ohio: Kettering Foundation Press.
- Friend, Cecilia e Jane B. Singer (2000). *Online journalism ethics: Traditions and transitions*. Armonk, New York: M.E. Sharpe.

- Galtung, Johan, Ruge, Mary Holmboe, (1993), «A Estrutura do Noticiário Estrangeiro». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*» (61-73). Lisboa: Vega.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding what’s news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Pantheon Books.
- Gans, Herbert J. (2003), *Democracy and the news*. Oxford University Press.
- Gant, Camilla e Dimmick, John (2000). «African Americans in television news. From description to explanation». *The Howard Journal of Communications*, vol. 11, nº 3, 189-205.
- Garfinkel, Harold, (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Garnhan, Nicholas (1990). *Capitalism and Communication*. London: Sage.
- Glasgow University Media Group (1976). *Bad news*. London: Routledge.
- Glasgow University Media Group (1980). *More bad news*. London: Routledge.
- Gieber, Walter (1960). «How the “gatekeepers” view local civil liberties news». *Journalism Quarterly*, vol. 37, nº1, 199-205.
- Gillmor, Dan, *The End of Objectivity (Version 0.91)*, postagem colocada no blogue Dan Gillmor on Grassroots Journalism, Etc., em Janeiro de 2005, acessado através de http://dangillmor.typepad.com/dan_gillmor_on_grassroots/2005/01/the_end_of_obje.html. Acessado pela última vez em 7 de Agosto de 2010.
- Gillmor, Dan (2004). *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Stanford: O’Reilly.
- Gurevitch, Michael, e Blumer, Jay G. (1993) «A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação da BBC». In Nelson Traquina, (Org.), *Jornalimos: questões, teorias e “estórias”* (191-213). Lisboa, Vega.

- Gurevitch, Michael, R. Lewy, Mark, e Roeh, Itzhac (1991), «The global newsroom». In Peter Dahlgren, Colin Sparks (Eds.), *Communication and citizenship* (195-216). London, New York: Routledge.
- Gitlin, Todd (1980), *The whole world is watching you*, University of California Press.
- Gitlin, Todd (2002), «Sociologia dos meios de comunicação social: o paradigma dominante». In João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e sociedade* (107-151), Lisboa: Horizonte.
- Glasser, Theodore (1999), *The Idea of public journalism*. New York, London: The Guilford Press.
- Goffman, Erving (1986). *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press.
- Gomes, Wilson (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- Gomes, Wilson (2009). *Jornalismo, fatos e interesses. Ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.
- Gómis, Lorenzo (1991). *Teoría del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Mexico: Paidós.
- Gradim, Anabela (2000), *Manual de jornalismo*, Covilhã: UBI. Também disponível em www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf.
- Gramsci, António (1977). *Quarderni del carcere, Vol. III*. Torino, Einaudi.
- Groth, Otto, (2006), «Tarefas da pesquisa da ciência da cultura». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (182-301), Porto Alegre: Sulina.
- Gunter, Barrie (2003). *News and the Net*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Habermas, Jürgen (1982). *Mudança estrutural da esfera pública*, Lisboa: Tempo Brasileiro.

- Habermas, Jürgen (1996). *Between facts and norms*. Cambridge: MIT Press.
- Hall, Jim (2000), *Online journalism*. Londres, Pluto Press.
- Hall, Stuart, (1977) «Culture, the media and the ideological effect» in James Curran, Michael Gurevitch, Janet Woolcott, *Mass Communication and society*, Londres, Edward Arnold.
- Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew, Willis, Paul (1980). *Culture, media, language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London, Hutchinson.
- Hall, Stuart, Chrichter, Chas, Jefferson, Tony, Clarke, John e Roberts, Brain (1993), «A produção social das notícias: o mugging nos media». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalimos: questões, teorias e “estórias”* (224-248), Lisboa: Vega.
- Hall, Stuart (2002), «Encoding/decoding». In Paul Harris e Sue Thornham, (Eds.), *Media Studies* (51-61), Edimburgh: Edimburgh University Press.
- Hallin, Daniel e Mancini, Paolo. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardt, Hanno,(2002) *Social theories of the press*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Hardt, Hanno (2006) «Introdução». In Beatriz Marocco e Christa Berger. *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (17-22) Porto Alegre: Sulina.
- Hartley, John (1991). *Understanding News*. Londres, Routledge.
- Hartley, John (1992) *The Politics of pictures: The creation of the public in the age of popular media*, London & New York: Routledge.
- Hartley, John (2004). *Comunicação, estudos culturais e media: conceitos – chave*. Lisboa: Quimera.

- Hartmann, Paul. and Husband, Charles (1973), «The Mass Media and Racial Conflict». In Stanley Cohen and Jack. Young, *The Manufacture of News: a Reader* (270-283). Beverly Hills, CA: Sage.
- Haas, Tanni. (2007). *The pursuit of public journalism: Theory, practice and criticism*. New York: Routledge.
- Heider, Don (2000). *White news: why local news programs don't cover people of colour*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Herman, Edward (1993), «A diversidade de Notícia: Marginalizando a oposição». In NelsonTraquina (Org.), *Jornalimos: questões, teorias e "estórias"* (214-223). Lisboa, Vega.
- Herzog, Herta (1944) «Motivations and gratifications of daily serial listeners». In Paul. F. Lazarsfeld e Frank. Stanton (Orgs.), *Rádio Research 1942-43*. New York: Duell, Sloan & Pierce.
- Herscovitz, Heloisa Golspan (2007), «Análise de conteúdo em jornalismo». In Cláudia Lago e Márcia Benetti, (Eds.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo* (123-142), Rio de Janeiro: Editorial Vozes.
- Horkheimer, Max (1974). *Théorie traditionnelle et théorie critique*. Paris : Gallimard.
- Hugues, Hellen McGill (1940). *News and the human interest story*, Chicago: Chicago University Press.
- Iyengar, Shanto (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Izusquiza, Ignazio (1990). *La Sociedad sin hombres: Niklas Luhmann o la teoría como escándalo*. Barcelona: Anthropos.
- Joyce, Mary (2007) «The Citizen Journalism Web Site 'OhmyNews' and the 2002 South Korean Presidential Election». *Berkman Center Research Publication* No. 2007-15. Disponível em http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Joyce_

South_Korea_2007.pdf. Consultado pela última vez em 6 de Agosto de 2010.

- Kaplan, Richard. (2002). *Politics and the American press: The rise of objectivity, 1865–1920*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, Eliuh e Lazarsfeld, Paul (1964) *Personal Influence*. New York: Free Press.
- Katz, Eliuh, Blumer, Jay e Gurevitch, Michael (1974), «Utilization of Mass Communication by the individual». In Jay Blumer, Jay e Eliuh Katz, *The uses of mass communication: current perspectives on gratifications research (19-44)*. London: Sage.
- Katz, Elihu (2009), «O fluxo de comunicação em duas hipóteses: memória atualizada de uma hipótese» in João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e sociedade (63-80)*. Lisboa: Horizonte.
- Kellner, Douglas (2001). *A cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo: EDUSC.
- Kitch, Caroline (2000). «“A news of feelling as well as fact”: Mourning and memorial in American newsmagazines». *Journalism, Thory, Practice and Criticism*, vol.1, nº 2, 175-195.
- Kitch, Caroline (2003). «“Mourning in America”: Ritual, redemption and recovery in news narrative after September 11». *Journalism Studies*, vol. 4, nº 2, 213-224.
- Klapper, Joseph (1960), *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- Koppr, Gerd G, Kolthoff, Albrecht e Czepek, Andrea (2000). «Research Review: Online Journalism—A Report on Current and Continuing Research and Major Questions in the International Discussion». *Journalism Studies*, 1, 499-512.
- Kolodzy, Janet (2006). *Convergence journalism: Writing and reporting across the news media*. New York, Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

- Koch, Tom (1990). *The news as myth*. New York, London: Greenwood Press.
- Kraus, Sidney e Davis, Dennis (1976). *The effects of mass communication on political behavior*. Pennsylvania University State Press: University Park.
- Kress, Gunther, & Leeuwen, Theo v. (1998). Front pages: (the critical) analysis of newspaper layout. In Alan. Bell & Peter. Garret (Eds.), *Approaches to Media Discourse* (186-218). Oxford: Blackwell Publishers.
- Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kushik, Murilo (2006). «Weber e a sua relação com a comunicação». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (23-33). Porto Alegre: Sulina.
- Lasswell, Harold (2009), «Estrutura e função da comunicação na sociedade». In João Pissarra Esteves, (Org.), *Comunicação e sociedade* (51-62). Lisboa: Horizonte.
- Lazarsfeld, Paul, Berelson, Bernard. e Gaudet, Hazel. (1948). *People's choice*. New York; Columbia University Press.
- Lazarsfeld, Paul, e Merton, Robert King (1987). «Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada». In Gabriel Cohn, (Org.), *Comunicação e indústria cultural* (230-255). São Paulo: T.A. Queiroz.
- Lee, Seungwhan. «The Uses and Gratifications Approach in the Internet Age» Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004. Disponível em www.allacademic.com/meta/p113437_index.html. Consultado pela última vez em 30 de Julho de 2010.
- Lippmann, Walter (2004), *Public Opinion*, Versão disponível em e-book no www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.txt. Consultado pela última vez em 29 de Julho de 2010.

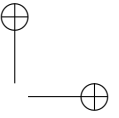
- Lichter, S. Robert, Rothman, Stanley e Lichter, Linda (1986). *The media elite: America's new power-brokers*. Bethesda (Md): Adler & Adler.
- Liotard, Jean-François (1989). *A condição pós-moderna*. Lisboa: Gradiva.
- Löffelholz, Martin.(2008), «Heterogeneous – multidimensional- competing: Theoretical approaches to journalism – an overview». In Martin Löffelholz e David. Weaver (Eds.), *Global journalism research: Theories, methods, finding future* (15-27). New York: Blackwell.
- Lowry, Dennis.T. (1971) «Agnew and the network TV news: A before/after content analysis». *Journalism Quarterly*, vol. 48, 205-210.
- Luhmann, Niklas (1992). *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Vega.
- Luhmann, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Luhmann, Niklas (2009), «A Opinião pública». In João Pissarra Esteves, (Org.), *Comunicação e sociedade* (163-191), Lisboa: Livros Horizonte.
- MacManus, John, (2009), «The commercialization of news». In Karin Wahl – Jorgensen e Thomas Hanitsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (218-233), London, New York: Routledge.
- Maher, T. Michael. (2001), «Framing: An Emerging Paradigm or a Phase of Agenda Setting». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy, e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (83-94). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Marcuse, Herbert (1984). *A ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Marenkhe, Ursus (2006), «O poder dos jornais, segundo Otto Groth». In Beatriz Marocco e Christa Berger. *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (155-181).Porto Alegre: Sulina.

- Martínez Albertos, José Luís (1978) *La noticia y los comunicadores públicos*. Madrid: Pirámide.
- Martínez De Sousa, José (1992). *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- McAdams, Mindy (2005). *Flash journalism: How to create multimedia news packages*. Oxford: Focal Press.
- Machado, Elias (2000). «Os novos conceitos de edição no jornalismo digital». In *Comunicação e Sociedade*, Vol 14. (1-2), 2000, 357-373, Braga: Universidade do Minho.
- Machado, Elias (2006), *Três Pressupostos para que o estudo jornalismo seja levado a sério. (Uma crítica à Taking journalism seriously, de Barbie Zelizer)*. Trabalho submetido ao Grupo de Trabalho de Jornalismo do XV Encontro da Compós na UMESP, Bauru, SP, em Junho de 2006 Disponível em www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2006/eliasmachado2006.rtf. Consultado pela última vez em 26 de Julho de 2010.
- Machado, Elias (s/d) «Ciberespaço como fontes para os jornalistas» www.bocc.uff.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf. Consultado pela última vez em 26 de Julho de 2010.
- McCombs; Maxwell e Alma I. Ghanen (2001), «The convergence of agenda setting and framing». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (67-82). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, Maxwell. E., & Shaw, Donald. L. (1972). «The agenda-setting function of mass media». *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, Maxwell e Shaw, Donald (2000), «A função de agendamento dos media». In Nelson Traquina, (Org.) *O Poder do Jornalismo: Análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva.

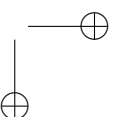
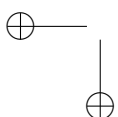
- McCombs, Maxwell., Lopez-Escobar, Esteban, & Llamas, Juan. Pablo. (2000). «Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election». *Journal of Communication*, vol. 50 nº 2, 77-92.
- McCombs, Maxwell (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity Press.
- McChesney, Robert W. (1999) *Rich media, Poor democracy*. Urbana: University of Illinois Prss.
- McDonald, Dwight (1973), «Uma Teoria da Cultura de Massa». In Bernard Rosenberg e David Manning White, *Cultura de Massa*, São Paulo: Cultrix.
- McQuail, Dennis (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Messner, Marcus & Distaso , Marcia Watson (2008). How traditional media and weblogs use each other as sources». *Journalism Studies*, vol. 9, nº3, 447 – 463.
- McManus, John (2009), «The Commercialization of the news». In Kain Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch, (Eds.), *The Handbook of journalism studies* (218-235). London, New York: Routledge.
- McNair, Brian (1998). *The sociology of journalism*, Oxford University Press.
- McNair, Brian (2006). *The cultural chaos: journalism and power in a globalised world*. London: Routledge: 2006.
- McNair, Brian (2009), Journalism and democracy. In Kain Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch, (Eds.), *The Handbook of journalism studies* (237-249). London, New York: Routledge.
- McNelly, John. T.(1959). «Intermediary communicators in the international flow of news». *Journalism Quarterly*, vol. 36, nº 1, 23-26.
- McQuillan, Martin (2000). *The Narrative Reader*. London and New York: Routledge.

- Meditsch, Eduardo (2002). «O Jornalismo é uma forma de conhecimento?». *Media & Jornalismo*, Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo, nº 1, (1), 9-22.
- Mendes, João Maria R. (1985), «Mudança vigiada do discurso de imprensa». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº1, As máquinas censurantes modernas, Porto, Afrontamento, 79-87.
- Mendes, João Maria (2001). *Porquê tantas histórias: O lugar do ficcional na aventura humana*. Coimbra: Minerva.
- Mesquita, Mário (2003). *O quarto poder frustrado: o poder dos media nas sociedades contemporâneas*. Coimbra: Minerva.
- Miller, David (1993). «The Norther Ireland Information Service and the media: Aims, strategie, tactics». In Glasgow University Group,(Eds.), *Getting the message* (73-103). London: Routledge.
- Miller, David e Williams, Kevin (1993) «Negotiating HIV/SIDA information» In Glasgow University Group, (Eds.), *Getting the message* (126-144), London: Routledge.
- Miller, David (2004). *Tell me Lies: Propaganda and media distortion in the attack on Iraq*. London, Pluto Press.
- Molotch, Harvey e Lester, Marlyn (1993), «As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos, de rotinas, de acidentes e de escândalos». In Nelson Traquina, (Org.), *Jornalismos: questões teorias e “estórias”* (34-51): Lisboa: Vega.
- Montero, Maria Dolores (1993). *La información periodística e su influencia personal*. Barcelona: Labor.
- Montgomery, Martin. (2006). «Broadcast news, the live “two-way” and the case of Andrew Gilligan». *Media, Culture & Society*, 28, 233–259.
- Moretzsohn, Sylvia (2002). *Jornalismo em “tempo real”. O Fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan.

- Moretzsohn, Sylvia (2007), *Pensando contra os factos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao sentido crítico*. Rio de Janeiro: Revan.
- Morley, David (1992). *Television, audiences and cultural studies*. London: Routledge.
- Morris, Merrill., & Ogan, Christine, (1996). «The Internet as mass medium». *Journal of Communication*, vol. 46, nº 1, 39-50.
- Mota-Ribeiro, Silvana e Pinto-Coelho, Zara (2005) «Imagens de mulheres na imprensa portuguesa» (Images of women in the Portuguese Press), in Actas do IV Congresso da SOPCOM, 'Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação', 20-21 Outubro, Universidade de Aveiro disponível em www.bocc.uff.br/pag/ribeiro-coelho-imagens-mulheres-imprensa-portuguesa.pdf Consultado pela última vez em 26 de Julho.
- Motta, Luís Gonzaga (2007). «Análise pragmática da narrativa jornalística». In Cláudia Lago e Márcia Benetti, (organizadores), *Metodologias de pesquisa em jornalismo* (143-167). Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Murdock, Graham (1982)., «Large Corporations and the Control of the Communication Industries» in M. Gurevitch; J. Curran; J. Woollacot (Eds.), *Culture, society and the media* (114-147), Londres: Methuen.
- Murdock, Graham e Golding, Peter (1973) , For a political economy of mass communication in Ray Milliban e John. Saville, *The socialist register* (205-234), The Merlin Press.
- Neveau, Érik (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto Editora.
- Noelle-Neuman, Elizabeth, (2009) «Os efeitos dos meios de comunicação na pesquisa sobre os seus efeitos». In João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e sociedade* (153-162), Lisboa: Livro Horizonte.
- Ortega e Costales, José (1996). *Noticia, actualidad, información*. Pamplona: Instituto de Periodismo.



- Oliveira da Silva, Marconi (1998). *O mundo dos fatos e a estrutura da linguagem*. Porto Alegre: PUCRS.
- Oliveira da Silva, Marconi (2006). *Imagem e verdade: jornalismo, linguagem e realidade*. São Paulo: Annablume.
- Palácios, Marcos (2003). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra.
- Palácios, Marcos e Díaz Noci, Javier (2008). *Ciberperiodismo: métodos de investigación- Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Disponível em www.argitalpenak.ehu.es/p291content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf. Consultado pela última vez em 2 de Setembro de 2010.
- Palmgreen, Phillip., & Clarke, Peter. (1977). «Agenda setting with local and national issues». *Communication Research*, vol. 4, nº 4, 435–452.
- Pan, Zhongdang e Greal M. Kosicki (2001), «Framing as strategic action in public deliberation». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (36-67). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Parenti, Michael (1986). *Inventing reality: The politics of the mass media*. New York: St. Martin's.
- Park, Robert E. (2009). «As notícias como uma forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento». In João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa* (37-50)., Lisboa: Livros Horizonte.
- Parsons, Talcott (1974). *O sistema das sociedades modernas*. São Paulo, Livraria Pioneira Editora.
- Patterson, Thomas (2000), «Serão os media noticiosos actores políticos mais eficazes». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Jornalismo 2000, (75-96) Lisboa: Relógio d' Água.



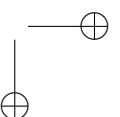
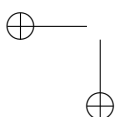
- Patterson, Chris e Domingo, David (2008). *Making online news: The ethnography of news production*. New York: Peter Lang Publishing.
- Paulino, F. O. (2010) De “Ouvinte” a “Ouvidor”: Responsabilidade Social da Mídia e parâmetros para atuação da Ouvidoria das Rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)”. In Rogério Christofletti (org.), *Vitrine e vidraça Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo* (35-52), Covilhã, Livros Labcom.
- Pauly, John (1994) «Foreword». In Robert Anderson, Robert Dardenne e George Killenberg, (Eds.), *The Conversation of journalism: Communications, community, and news* (vii-xvii), Westport, Connecticut, London: Praeger Publishers.
- Philips, E. Barbara (1993), «Novidade sem mudança». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (326-331). Lisboa: Vega.
- Philo, Greg., & Berry, Mike. (2004). *Bad news from Israel*. London: Pluto Press.
- Pinto, Manuel; (2000) «Fontes Jornalísticas. Contributos para o mapeamento do Campo». *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste*, Série Comunicação, Vol 14 (1-2), 2000, 277-294.
- Pinto, Manuel. (2004). «O ensino e a formação na área do jornalismo em Portugal: crise de crescimento e notas programáticas». *Comunicação e Sociedade*, vol. 5. nº 1, 49-62.
- Pinto, Manuel e Symaniak, Wlodziimirz (2004), «O valor acrescentado da retórica estilística na Imprensa portuguesa». *Cadernos de Estudos Mediáticos*, Vol. III, Organização de Jorge Pedro Sousa, Porto, Fundação Universidade Fernando Pessoa, 9-38.
- Pinto, Ricardo Jorge e Sousa, Jorge Pedro (1998) – «O futuro incerto da Internet: comunicar além do comércio e da publicidade». Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Consultado em 28 de Dezembro de 2009.

- Pinto, Ricardo Jorge e Sousa, Jorge Pedro (2000) «Um Retrato sociográfico e socioprofissional dos jornalistas do Porto» in Jorge Pedro Sousa e Ricardo Jorge Pinto (Orgs.), *Cadernos de Estudos Mediáticos I*, Porto Universidade Fernando Pessoa.
- Pinto-Coelho, Zara e Mota-Ribeiro, Silvana (2005-a) «O acesso das mulheres ao discurso da imprensa potuguesa» Disponível em www.bocc.uff.br/pag/coelho-ribeiro-acessomulheres-discurso-imprensa-portuguesa.pdf Consultado pela última vez em 27 de Junho de 2010.
- Pinto-Coelho, Zara (2005 – b), «Prefácio», in Teun van Dijk, *Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso* (7-11), Porto, Campo das Letras.
- Pinto-Coelho e Mota-Ribeiro, Silvana (2006), «Analisando os discursos de género das e sobre as imagens publicitárias de mulheres: como articular a análise sociosemiótica com a análise da recepção» Congreso Internacional de Comunicación Lusófona (LUSOCOM), 7, Santiago de Compostela, España, 2006 disponível em www.bocc.uff.br/pag/zara-pinto-coelho-silvanamota-ribeiro-discursos-de-genero.pdf. Consultado pela última vez no dia 27 de Abril de 2010.
- Pinto-Coelho, Zara (2010) VIH/SIDA nos jornais portugueses: construções visuais e linguísticas, discursos e género, *Discurso & Sociedad*, 2010, 4(2) 332-363 , disponível online em www.dissoc.org/ediciones/v04n02/DS4%282%29Coelho.html. Consultado pela última vz no dia 2 de Março de 2010.
- Ponte, Cristina (2004). *Leituras das notícias*. Lisboa: Horizonte.
- Ponte, Cristina (2004-b) *Notícias e silêncios: A cobertura da Sida no Diário de Notícias e Correio da Manhã* (1981-2000). Porto: Porto Editora.
- Ponte, Cristina (2005). *Crianças em notícia: A construção da infância pelo discurso jornalístico (1970-2000)*, Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.

- Ponte, Cristina (2006). *Moeda e comunicação: A representação mediática do Euro* (org. com Maria João Silveirinha), Lisboa: Livros Horizonte.
- Rafaëli, Sheizaf. (1986). «The electronic bulletin board: A computer-driven mass medium». *Computers and the Social Science* vol. 2, nº3.,123-136.
- Rebello, José (2000). *O discurso do jornal*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Rese, Stephen. & Buckalew, Bernard (1995). «The militarism of local television: The routine framing of the Persian Gulf War». *Critical Studies in Media Communication*, 12, 40-59.
- Stephen D Reese, Oscar H Gandy, e August E Grant, (Eds.), (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reese, Stephen D. (2001). «Prologue – framing public life: A bridging model for media research». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy, e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (7-32). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ricoeur, Paul (s/d). *Do texto à acção*. Porto: Rés Editora.
- Riffe, Daniel, Lacy, Stephen, Fico, Frederick (1998). *Analyzing media messages, Using quantitative content analysis in research*. Mahawha, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Rodrigo Alsina, Miguel (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Riesman, David (1961). *The Lonely Crowd*. New Heaven: Yale University Press.
- Rodrigues, Adriano Duarte (1993), «O Acontecimento». In Nelson Traquina, (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*(27-33). Lisboa: Vega.



- Roeh, Itzhak e Feldman, Saul (1984) «The rhetoric of numbers in front-page Journalism: How numbers contribute to the melodramatic in the popular press». *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*. Volume 4, nº 4, 347–368.
- Rosen, Jay (1996) *Getting the connections right: Public journalism and the troubles in the press*. New York: Twentieth Century Fund.
- Rosen, Jay (1999). «The Action of the idea; public journalism in built form» in Theodore Glasser, *The Idea of public journalism* (21-48). New York, London: The Guilford Press.
- Rosen, Jay (2000), «Para além da objectividade». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, *Jornalismos 2000*, (139-150). Lisboa: Relógio d'Água.
- Salaverria, Ramon. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.
- Bai, Sang. and McCombs, Maxwell (2007). «Second-Level Agenda-Setting and Affective Intelligence: Fluctuations of Public Perceptions of Foreign Nations» Documento disponível em www.allacademic.com/meta/p171465_index.html. Consultado em 6 de Agosto de 2010.
- Santos, João Almeida (s/d). *O princípio da hegemonia*. Lisboa: Vega.
- Santos, Rogério (1997). *A negociação entre os jornalistas e as fontes*. Coimbra: Minerva.
- Saperas, Enric (1993). *Efeitos cognitivos da comunicação de massa*. Lisboa: ASA.
- Saussure, Ferdinand de (1978). *Curso de linguística geral*. Lisboa: Dom Quixote.
- Scheslinger, Phillip (1978), *Putting «reality» together*. London: New York: Methuen.
- Scheslinger, Phillip (1993), «Os jornalistas e a sua máquina do tempo». in Nelson Traquina (Org.), *Jornalismos: questões, teorias e “estórias”* (177-190). Lisboa: Vega.



- Scheufele, Bertram, (2006). «Frames, schemata and news reporting». *The European Journal of Communication Research*, vol. 31, nº1, 65-83.
- Schiller, Dan(1979), «An historical approach to objectivity and professionalism in american news reporting» in *Journal of Communication*, Vol. 29, nº 4.
- Schramm, Wilbur. (1963). *The science of human communication*. New York: Basic Books.
- Schudson, Michael (1978). *Discovering the news*. New York: Basic Books.
- Schudson, Michael (1988), «Porque é que as notícias são como são». *Revista de Comunicação e Linguagens, nº 8, Jornalismo*, 17-27.
- Schudson, Michael (2003). *The sociology of news*. London New York, W.W Norton & Company.
- Schudson, Michael e Anderson, Chris (2009). «Objectivity, professionalism, and truth seeking». In Karin Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch, *The Handbook of journalism studies* (88-101). London, New York: Routledge.
- Schutz, Alfred. (1967). *The phenomenology of social world*. Evanston, IL, Northwestern University Press.
- Schutz, Alfred & Luckmann, Thomas (1995). *The structures of the life-world*. Volume 2. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Schutz, Alfred (1975). *Collected papers, the problem of social reality, Vol. I*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Schutz, Alfred (1976). *Collected papers: studies in social theory, Vol. II*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Schutz, Alfred (1975-b). *Collected papers, studies in phenomenological philosophy, Vol. III*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Searle, John R. (1982). *Sens et expression*. Paris: Minuit.



- Searle, John R. (1989), Ed. *The philosophy of language*. Oxford: University Press.
- Serrano, Estrela (2010) «Spin doctoring e profissionalização da comunicação política». In Correia, João; Ferreira, Gil B e Espírito Santo, Paula, (Orgs)., *Conceitos fundamentais de comunicação política* (87-98). Covilhã: UBI, Livros Labcom. Texto acessível em www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/correia-conceitos-2010.pdf.
- Severin, Werner e Tankard, James.(1979). *Communication theories: origins, methods and uses*. New York: Hastings Houses.
- Shoemaker, Pamela. J. (1996). *Mediating the message, Theories of Influence in mass media content*. White Plains: Longman.
- Siebert, Fredrik, Peterson, Theodore e Schramm, William (1956). *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Singer, Jane.B. (1997) «Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an online world». *Convergence: the Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 3, nº1, 72-89.
- Singer, Jane B 2(2001) «The metro wide web. Changes in newspapers' gatekeeping role». *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 78, nº 1, 65-81.
- Singer, Jane B. (1998). «Online Journalists: Foundations for research into their changing roles». *Journal of Computer Mediated Communication* vol. 4 , nº 1. Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/singer.html>. Consultado em 26 de Junho de 2010.
- Siegelman, Lee e Bullock, David (2000), «Candidatos, questões políticas, corridas de cavalos e sensacionalismo». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Jornalismo 2000, (109-138). Lisboa: Relógio d'Água.
- Sigal, Leon (1973). *Reporters and officials; the organization and politics of newsmaking*, Lexington.



- Smith, Anthony (1978). *The politics of information*. London: MacMillan Press.
- Solosky, John (1993), «O Jornalismo e o Profissionalismo: Alguns constrangimentos no trabalho jornalístico». In Nelson Traquina, (Org.), *Jornalimos: questões, teorias e “estórias”* (74-90). Lisboa: Vega.
- Sook, Jim (2008) «Frame analysis of blogger news and online newspaper :The 2007 presidential election in South Korea». Disponível em www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/7/2/7/6/pages272766/p272766-1.php. Consultado pela última vez em 7 de Agosto de 2010.
- Sousa, Jorge Pedro (2000). *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva Editora.
- Sousa, Jorge Pedro de (2004), Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma teoria do jornalismo, II Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação – Disponível em www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-multifactorial-jornalismo.pdf. Consultado pela última vez em 6 de Agosto de 2010.
- Sousa, Jorge Pedro (2004 – b), *Introdução à análise do discurso jornalístico*, Florianópolis: Letras Contemporâneas S.A.
- Spichal, Slavko (2006). «A Teoria de Ferdinand Tönnies sobre a opinião pública como uma forma de vontade social». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (45-81), Porto Alegre: Sulina.
- Steiner, Linda (1992). «Construction of gender in news reporting text books, 1890 – 1990». *Journalism Monographs*, 135, 1-48.
- Stempel, Guido H. and Stewart Robert K.. (2000). «The Internet provides both opportunities and challenges for mass communication researchers». *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 77, 541-548.
- Lee, Seungwhan (2004). «The uses and gratifications approach in the Internet age» disponível em www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_

research_citation/1/1/3/4/3/p113437_index.html.
Consultado pela última vez em 6 de Agosto de 2010.

- Tankard, James W. Jr. (2001). «The empirical approach to the study of media raming». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant, (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (95-105). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tengarrinha, José Manuel (1986). *História da imprensa periódica portuguesa*. Lisboa: Caminho.
- Therborn, Göran (1994), «The Frankfurt School» in Jay Bernstein, (Ed.), *Frankfurt School, critical assessments*, Volume I (63-88). London: Routledge.
- Tichenor, Phillip; Donohue, George.e Olien Clarisse N, (1980). *Community. conflict & the press*. Beverly Hills: Sage.
- Tichenor, Phillipp.; Donohue , George. e Olien, Clarisse. (1982). «Structure, communication and social power: Evolution of the knowledge gap hypothesis». In E. Wartella & C. Whitney (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, 4, 455–461. Beverly Hills, CA: Sage.
- Tichenor, Phillipp J., Donohue, George.A, e Olien, Clarisse.N. (2009), «O fluxo dos meios de comunicação de massa e o crescimento diferencial do conhecimento». In João Pissarra Esteves, (Org.), *Comunicação e sociedade* (81-92), Lisboa: Horizonte.
- Tocqueville, Alexis (1992), *De la démocratie en Amérique*, Paris : Gallimard.
- Todorov, Tzevan (1979). *As estruturas narrativas*. São Paulo : Perspectiva.
- Tönnies, Ferdinand (2006), «Opinião Pública». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (83-93). Porto Alegre: Sulina.
- Tönnies, Ferdinand (2006-b), «Opinião Pública e “a” Opinião Pública». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (94-153). Porto Alegre: Sulina.

- Traquina, Nelson (1997). *Big show media*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Traquina, Nelson (1998), «As notícias». In Nelson Traquina, (Org.), *Jornalistas: Questões, teorias e “estórias”* (167-190). Lisboa: Vega.
- Traquina, Nelson (2000), «Jornalismo 2000: O estudo das notícias no fim do século xx». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, *Jornalistas 2000*, (15-32) Lisboa: Relógio d'Água.
- Traquina, Nelson, (2001), «Teorias das Notícias: o estudo do jornalismo no século xx». In Nelson Traquina; Ana Cabrera; Cristina Ponte; Rogério Santos, *O jornalismo português em análise de casos* (19-92) Lisboa: Caminho.
- Traquina, Nelson (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Traquina, Nelson (2004). *A tribo jornalística*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making the news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tuchman, Gaye (1993) «A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (74-90)., Lisboa: Veja.
- Tuchman, Gaye (2009), «As notícias como realidade construída». In João Pissarra Esteves, (Org.), *Comunicação e sociedade* (93-106). Lisboa: Horizonte.
- Tumber, Howard., & Webster, Frank. (2006). *Journalists under fire*. London: Sage.
- Tunstall, Jeremy (1971). *Journalists at work: Specialist correspondents; their news organizations, news Sources, and competitor colleagues*. London: Constable and Co.
- Turow, Joseph (1994), «Hidden conflicts and journalistic norms: The case of self-coverage». *Journal of Communication*, Volume 44, nº2, 29-46.

- Urabayen, Miguel (1993). *Estructura de la información periodística*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Van Dijk, Teun (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, Teun. A. (1991). *Racism and the press*. New York: Routledge.
- Van Dijk, Teun (1998). *Discourse and communication*. Brlin, New York: Walter de Gruyter.
- Van Dijk, Teun (2005). *Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso*. Porto: Campo das Letras.
- Van Dijk (2009), «News, discourse and ideology». In Karin Wahl-Jorgensen e Thomas Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (191-204). London, New York: Routledge.
- Wahl – Jorgensen, Karin e Hanitzsch, Thomas (2009). *The handbook of journalism studies*. London, Nova Iorque: Routledge.
- Ward, Mark (2002) *Journalism online*. Oxford: Focal Press.
- Weare, Christopher e Lin, Wan-Ying (2000). «Content analysis of the World Wide Web: Opportunities and challenges». *Social Science Computer Review*. 18, 272-292.
- Weaver, David; McCombs, Maxwell; Spellman, Charles (2002), «Watergate e os Media». In Nelson Traquina, (org.), *O poder do jornalismo: Análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva.
- White, David Manning (1993), «O gatekeeper : Uma análise de caso na selecção das notícias». In Nelson Traquina (Org.), *Jornalimos: Questões, teorias e “estórias”* (142-151). Lisboa: Vega.
- Wiggershaus, Ralph (1993). *L' école de Francfort*. Paris : PUF.
- Wolf, Mauro (1987). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.

- Weber, Max (1995) «A objectividade do conhecimento nas ciências sociais e em política social». In Manuel Braga da Cruz, *Teorias sociológicas* (603-661), Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Weber, Marx (2006). «Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa». In Beatriz Marocco e Christa Berger, *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (24-34). Porto Alegre: Sulina.
- Whitney, Charles, & Becker, Lee. B. (1982). «“Keeping the gates” for gatekeepers: the effects of wire news». *Journalism Quarterly*, vol. 59, nº 1, 60-65.
- Wilhelm, Anthony (1999), «Virtual sounding boards: how deliberative is on-line political discussion?». In Brian N. Hague, Brian D. Loader, (Eds.), *Digital Democracy: discourse and decision making in the information age* (153-178). London: Routledge.
- Williams, Raymond (1977). *Marxism and literature*. New York: Oxford University Press.
- Williams, Raymond (1997). *Problems of materialism and culture*. London: Verso.
- Wodak, Ruth (1989). *Language, power and ideology*. Amsterdam: Benjamins.
- Yengar, Shanto (1991), *Is anyone Responsible? How television frames political issues*. University Of Chicago Press.
- Zelizer, Barbie. (1992). *Covering the body: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Zelizer, Barbie (2000), «Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Jornalismo 2000, (33-61). Lisboa: Relógio d'Água.
- Zelizer, Barbie e Allan, Stuart (2003). *Journalism after September 11*. London, New York: Routledge.



Barbie Zelizer (2004). *Taking journalism seriously: news and the academy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Zoch, Lynn (2001), «What's really important here? Media self coverage in Susan Smith trial». In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant,(Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (195-206). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Zucker, Harold. G. (1978). «The variable nature of news media influence». In Ruben D. Brent (ed.), *Communication Yearbook 2* (225-245), New Brunswick, NJ: Transaction Books.

