

Resumo 01

As Teorias do Jornalismo **Teorias da Notícia**

As teorias da notícia buscam entender e esclarecer o conceito, o papel e o processo de produção da notícia na sociedade. De um modo geral, elas buscam responder à seguinte pergunta:

- Por que as notícias são como são?

O JORNALISMO COMO ESPELHO DA REALIDADE

01. Teoria do espelho

- Inspira-se no Positivismo de Comte;
- Traduz a idéia da fotografia e sua "reprodutibilidade técnica";
- Acredita e defende a objetividade do trabalho jornalístico;
- Para esta corrente, o jornalista é um comunicador desinteressado e que conta "a verdade", doa a quem doer.
- Para o senso comum, é até hoje a concepção dominante no jornalismo ocidental.

- Tem dois momentos históricos cruciais:

01. Meados do século 19:

Nascimento do jornalismo informativo, que separa opinião de informação (reprodução);

02. Início do século 20:

O jornalismo aparece associado à objetividade, aqui entendida como método criterioso de pesquisa e de checagem dos fatos.

A teoria do espelho pressupõe que as notícias são como são porque a realidade assim as determina.

O JORNALISMO COMO CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

02. Teoria do gatekeeper

- Surge nos anos 50, nos EUA como uma forma de deferência ao jornalismo e ao seu poder;
- Tem influência da psicologia social (gatekeeper);
- Acredita que o processo de produção da informação é um processo de escolhas no qual o fluxo de notícias tem que passar por diversos "gates" (portões) até a sua publicação;
- Defende que há intencionalidade no jornalismo: o processo é subjetivo e arbitrário (ação pessoal, Shudson/1989)/ Mr. Gates (White: 1950).
- A teoria esbarra em alguns limites:

- a- Analisa a notícia apenas a partir de quem a produz;
- b- Esquece que as normas profissionais interferem no processo;
- c- Desconsidera a estrutura burocrática e a organização.

A teoria do gatekeeper pressupõe que as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam.

03. Teoria da organização

- Filiada ao Funcionalismo;
- Trabalha com a idéia de Mercado: a noticia aparece como um produto à venda;
- A produção da notícia sai do âmbito individual para o âmbito da organização jornalística;
- As normas da organização sobrepõem-se aos valores pessoais do jornalista (Breed);
- Observa que sobre o jornalista age um sistema sutil de recompensa e punição (sanções);
- Entende que o jornalista adequa-se a política do veiculo não por ela estar explicita, mas por um "processo de osmose" no qual recompensa e/ou punição têm papel legitimador;
- Aponta que à cultura profissional sobrepõem-se a cultura organizacional;
- Defende que a acomodação do jornalista à política editorial do veiculo dá-se por seis razões fundamentais:
 - a) autoridade e sanções;
 - b) hierarquia e referência superior;
 - c) promoção profissional;
 - d) ausência de conflitos de grupos;
 - e) prazer pelo trabalho;
 - f) noticias como valor estimulando a solidariedade (orgânica)entre os jornalistas da "direção' (ou a direção) e os da "redação";
- Entende que "Jornalismo é o espaço que sobra da publicidade": o fator econômico, como ´ parte da organização, é determinante na construção da noticia ;
As receitas vêm das vendas...
... mas vêm especialmente de anúncios
... só tem anúncio o jornal que veicula a notícia...
... que interessa a uma determinada ordem ..
... e a reproduz no noticiário.

A teoria da organização pressupõe que as notícias são como são porque as empresas e organizações jornalísticas assim as determinam.

04. Teorias da Ação Política

- Entende que a mídia está a serviço de interesse políticos;

Herman e Chomsky (EUA, 1986)

- a notícia é aquilo que vende (Medina);
- os *media* reforçaram o "establishment" (poder estabelecido) graças à ação dos donos meios e dos anúncios;
- o jornalismo funciona como modelo de propaganda.

Aponta que há cinco razões para a subordinação do jornalismo aos interesses capitalistas:

- 1 propriedades dos *media*;
- 2 lucratividade ;
- 3 oficialismo;
- 4 punições
- 5 ideologia anticomunista dominante entre jornalistas;

Limites aos estudos e das teorias esquerdistas, segundo Herman e Chomsky:

- desconsidera "certa autonomia do jornalista";
- atribui fortes laços entre donos das empresas e os jornalistas.

As teorias da ação política pressupõem que as notícias são como são porque interesses políticos e ideológicos assim as determinam.

Para a teoria da ação política de direita, é o Estado que determina as notícias.

Para a teoria da ação política de esquerda, elas são determinadas pelos interesses ideológicos capitalistas.

NEWSMAKING

Constatação: há superabundância de fatos no cotidiano, sem organização do trabalho jornalístico é impossível produzir notícias.

O PROCESSO DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA É PLANEJADO COMO UMA ROTINA INDUSTRIAL

Os veículos de informação devem cumprir algumas tarefas neste processo:

- Reconhecer entre os fatos, aqueles que podem ser notícia (**seleção**).
- Elaborar formas de relatar os assuntos (abordagem/angulação).
- **ORGANIZAR**, temporal e espacialmente, **o trabalho** para que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhos de maneira organizada.

"Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. As normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção das notícias". (PENA)

Diante da IMPREVISIBILIDADE dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking.

Agendamento e jornalismo: a questão do 'agenda-setting'

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

Donald Shaw, 1979 (In: WOLF, 1994).

Os estudos sobre o agenda-setting

A origem do conceito de agendamento está no pensamento de Walter Lippmann. Jornalista norte-americano de grande atuação em pesquisas de opinião nos Estados Unidos da primeira metade do século passado, Lippmann constituiu uma das mais respeitadas obras de estudos da cultura de massa e opinião pública da época, com ressonância até hoje.

Para ele, "a notícia não é um espelho das condições sociais, mas o relato de um aspecto que se impôs". É seguindo esta linha de pensamento, que o autor aproxima os conceitos de notícia e opinião pública (STEINBERG, 1966):

"A notícia que não oferece ao leitor a oportunidade de entrar na luta que ela descreve não pode interessar a um grande público. É preciso que o público participe da notícia, como participa do drama, pela identificação pessoal... Assim como toda a gente sustém a respiração quando a heroína está em perigo (...) assim, de maneira mais sutil, entra o leitor na notícia".

Por conta destes estudos, Lippmann é também considerado um dos primeiros formuladores (senão, o primeiro formulador) dos estudos do que hoje conhecemos como a agenda-setting. No entanto, a formulação clássica do conceito surge nos Estados Unidos em finais da década de sessenta com Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw. O conceito vai inspirar numerosos estudos a partir dos anos 70. O amadurecimento dos estudos leva os autores a observar que (TRAQUINA, 2003):

"Novas investigações, explorando as consequências do agendamento do enquadramento dos média, sugerem que os média não só nos dizem EM QUE PENSAR, mas também COMO PENSAR NISSO E, conseqüentemente, O QUE PENSAR (grifo nosso)".

Agendamento = EM QUE, COMO E O QUÊ PENSAR