

Teorias do Jornalismo: Questões Exploratórias em Tempos Pós-massivos¹

Anelise Rublescki²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

O artigo retoma a problemática de que questões como “o que é notícia?” e “o que é Jornalismo?” nunca tiveram respostas fáceis, nem mesmo nas hipóteses, correntes, abordagens ou teorias de Jornalismo que se consolidaram ao longo da segunda metade do século XX e que se desenvolveram em torno dos media massivos. Tensionando características das notícias massivas-mediadas produzidas em redações profissionais e pós-massivas, disponibilizadas por leitores/usuários em suportes diversos a partir das novas tecnologias, o artigo se constitui em uma abordagem teórico-analítica para discussão inicial do Jornalismo pós-massivo, a partir da releitura das teorias de Jornalismo e do(s) próprio (s) conceito(s) de notícia. Sustenta que as teorias das quais o campo dispõe não mais dão conta da totalidade das notícias.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo; *newsmaking*; jornalismo pós-massivo

Introdução

Especialmente a partir da década de 1950, o campo do Jornalismo³ fomentou o debate e o fortalecimento de correntes teóricas – algumas antagônicas entre si – em torno de um denominador comum: a busca de respostas para “por que as notícias são como são?”, e “como circulam, são recepcionadas e quais efeitos geram as notícias?”. Ao centro dos questionamentos sobre o Jornalismo, as notícias.

Uma teoria científica tem de delimitar conceptualmente os fenômenos que explica ou prevê. A teoria do jornalismo deve ser vista essencialmente como uma teoria da notícia, já que a notícia é o resultado pretendido do processo jornalístico de produção de informação. Dito por outras palavras, a notícia é o fenômeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em Comunicação/Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro convênio CNPq/IBICT, doutoranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. anelise_sr@hotmail.com

³ Neste artigo utiliza-se letra maiúscula em “Jornalismo” em referência ao campo, diferenciando-o do jornalismo, com inicial minúscula, utilizado para designar a prática profissional.

jornalismo e, portanto, qualquer teoria do jornalismo deve esforçar-se por delimitar o conceito de notícia (SOUSA, 2002, p.2).

Ocorre que, antes da Internet, não havia opções de divulgação massiva de notícias jornalísticas fora da mídia, fosse ela impressa, radiofônica ou televisiva. Suportes diversos que se adaptaram e se remodelaram um em função do outro nos conglomerados de mídia, definindo espaços sociais e noticiosos desde a consolidação das indústrias culturais⁴ no Brasil.

Assim, as pesquisas e as teorias sobre Jornalismo que se configuraram referem-se ao ambiente massivo, à produção dentro de uma organização jornalística e, até recentemente, exclusivamente por uma dada cultura profissional⁵. Mesmo assim, as questões “o que é notícia?” e “o que é Jornalismo?” nunca tiveram respostas fáceis, nem mesmo nas Teorias de Jornalismo já (provisoriamente?) consolidadas.

Especialmente nos anos mais recentes, com o crescimento exponencial da tecnologia – expansão do uso da Internet, banda larga e conexão sem fio (especialmente o sistema Wi-Fi⁶, disponível atualmente, inclusive, em diversos celulares) - acontecimentos passaram a ser disponibilizados também por até então apenas leitores/ouvintes/usuários. Não nos referimos aqui à interatividade, como *posts*, comentários, ou fóruns em *sites* diversos; muitos dos quais da propriedade dos próprios conglomerados de mídia. Tampouco ao jornalismo dito colaborativo ou às iniciativas wiki, por exemplo, em *sites* que poderiam ser, eventualmente, comparados à imprensa alternativa⁷. Tampouco se questiona a replicação de notícias originariamente disponibilizadas pelos conglomerados de mídia em seus impressos ou versões *online*, prática comum na Internet.

⁴ Neste artigo é utilizado o conceito de indústrias culturais proposto por Mattelart (2005), que remete um conjunto diversificado (livro, imprensa, disco, rádio, televisão, cinema, novos produtos e suportes audiovisuais, fotografia, reprodução de obras de arte, publicidade) como um novo vetor da democratização da cultura, presente no mercado e de caráter transnacional.

⁵ Mais do que o término legal da exigibilidade do diploma de graduação em 2009, o foco deste artigo é a discussão de notícia em ambiente pós-massivo que, a partir de um conjunto de características, sinaliza para a necessidade de análise teórica do relato de acontecimentos efetuado por não-profissionais da imprensa e fora dos constrangimentos de empresas jornalísticas.

⁶ Dispositivo de rede local sem fio.

⁷ Neste artigo, o termo “imprensa alternativa” privilegia o aspecto de ser “alternativo” em relação à prática jornalística realizada por veículos e instituições da grande imprensa.

Refere-se aqui à disponibilização em rede de acontecimentos que podem ser enquadrados pelos critérios de noticiabilidade⁸ consagrados em algumas das teorias de Jornalismo – portanto, considerando-se apenas o conteúdo, são notícias – mas que passam ao largo dos processos centralizados de mediação social que caracterizam o Jornalismo.

Mediação que se apresenta em algumas das correntes teóricas do Jornalismo como requisito para explicar por que as notícias são como são. Trata-se de notícias (mas serão mesmo notícias?) que não se configuram, necessariamente, como massivas, podendo, por exemplo, serem disponibilizadas em nichos, como em alguma rede ou mídia social, por exemplo. Mas, não sendo massivas-mediadas, seriam jornalismo mesmo assim? E, não estando sujeitas aos constrangimentos empresariais das empresas jornalísticas consolidadas deixariam de ser jornalísticas, mesmo seguindo intuitivamente os mesmos critérios das redações para sua seleção? É o fato de ser (re) elaborado numa redação profissional que transforma um acontecimento em notícia? Neste caso, os jornalistas profissionais (agora sem a exigibilidade do diploma), sem vínculo com empresas consolidadas, mas que mantêm *blogs* ditos jornalísticos, são um caso à parte exatamente por quais critérios? São questões como estas que guiam o presente artigo. Trata-se de uma abordagem teórico-analítica para discussão inicial do jornalismo pós-massivo, a partir da releitura das teorias de Jornalismo e do(s) próprio(s) conceito(s) de notícia.

Teorias e correntes do Jornalismo

Adotando-se a sistematização já consolidada e seguindo-se Traquina (2005) e SOUSA (2002), é possível esquematizar em linhas gerais as seguintes teorias e seus respectivos pontos centrais:

1. Teoria do espelho – Nesta abordagem, as notícias são vistas como o espelho da realidade. Em desuso pela academia a partir da constatação de que a seleção e a própria narrativa nunca são neutras, segue sendo o senso comum dentro das redações jornalísticas. Os jornalistas acreditam que os acontecimentos ocorrem “fora” e que a

⁸ Entende-se por noticiabilidade o conjunto de requisitos que se exige dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nas empresas jornalísticas e, simultaneamente, do ponto de vista dos jornalistas, para que um acontecimento adquira a existência pública de notícia (WOLF, 2008).

eles lhes cabe o relato dos fatos e a transmissão de informações relevantes, sendo um comunicador desinteressado. Para Schudson (1978) e Tuchman (1993), a apologia da objetividade⁹ mantida pelos jornalistas dentro das redações, com fidelidade às regras e procedimentos, é uma forma de se preservarem no desempenho da atividade profissional, a partir de uma estratégia para diferenciação entre opinião e fatos relatados.

2. *Gatekeeping* – Também conhecida como a Teoria da Ação Pessoal (SCHUDSON, 1988), atribui ênfase à percepção e seleção individual do jornalista, caracterizando a seleção como subjetiva e decorrente dos valores do jornalista/selecionador. O conceito de *gatekeeper* influenciou fortemente uma fase de estudos do jornalismo nas décadas de 1950 e 1960, a partir do já icônico trabalho de White (1950), e o “Mr. Gate”.

Neste período, as pesquisas eram essencialmente quantitativas, e o foco da Teoria do Gatekeeper é quem as produz, isto é, o jornalista. Trata-se de uma abordagem micro-sociológica, no nível do indivíduo. Especialmente a partir da década de 1970, a teoria foi interpelada por abordagens sociológicas do Jornalismo¹⁰.

Contudo, principalmente a partir do crescimento do jornalismo móvel, pode-se ponderar se o jornalista, enquanto selecionador individual, não torna a ganhar espaço, já que, não raro, poucos minutos separaram o acontecimento da disponibilização do relato. Neste sentido, a função do editor enquanto mediador e coordenador central das pautas diminui, enquanto a decisão individual, num primeiro momento, cresce. Não por acaso o jornalismo das redações dos grandes conglomerados registra a volta da autoria; prática que gradualmente havia se tornado ausente as últimas décadas do século XX.

3. Teoria organizacional – A ênfase recai na notícia como relato resultante dos condicionantes organizacionais, como as “hierarquias, as formas de socialização e aculturação dos jornalistas, a rede de captura de acontecimentos que o órgão jornalístico

⁹ Autores como Michael Schudson (1978) e Gaye Tuchman (1993) problematizam o conceito de objetividade como negação da subjetividade. O aprofundamento da questão, no entanto, extrapola este artigo.

¹⁰ Em 1991, numa releitura do *gatekeeping*, Pamela Shoemaker incluiu na teoria três outros níveis de influência que também configurariam as notícias: as rotinas produtivas; a organização jornalística (hierarquias, jornalistas e dinâmicas da organização jornalística com o meio onde se insere) e o nível extra-organizacional, onde as decisões do *gatekeeper* seriam influenciadas pelas fontes, audiência, concorrência e publicidade, por exemplo. Neste sentido, ainda que a autora siga denominando o processo de *gatekeeping*, observa-se o distanciamento da idéia de seleção pessoal, a partir da ótica e das opções do próprio jornalista. Tais considerações guardam proximidade teórica com as Teorias Organizacional, Interativista e *newsmaking*, por exemplo.



lança sobre o espaço, os recursos humanos e financeiros desse órgão, a respectiva política editorial, etc.” (SOUSA, 2002, p. 4).

É uma teoria que ganha força especialmente nos anos 1960, a partir do estudo seminal de Warren Breed (1955) intitulado *Controle social da redação: uma análise funcional*, onde o autor sustenta que o jornalista se molda mais às normas editoriais da empresa do que a qualquer crença que carregue com si. Assim, observa-se que, na Teoria Organizacional, “é sublinhada a importância duma *cultura organizacional*, não uma *cultura profissional*” (TRAQUINA, 2005, p. 153, grifos do autor).

4. Teoria da ação política - Foco relevante dos estudos de Jornalismo a partir dos anos 1970, tem como epicentro a relação entre Jornalismo e sociedade, debruçando-se sobre as implicações políticas e sociais da atividade jornalística, o papel social das notícias e “a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas pela própria teoria democrática” (TRAQUINA, 2005, p.163).

Por esta abordagem, as notícias sistematicamente distorcem a realidade, face aos interesses políticos dos agentes sociais, embora pudessem ser o seu espelho. Sousa, numa releitura de Traquina (2005), pontua que:

Há duas versões desta "teoria". Uma delas afirma que as notícias são dissonantes da realidade porque os jornalistas, sem autonomia, estão sujeitos a um controle ideológico e mesmo conspirativo que leva os *media* noticiosos a agirem como um instrumento ao serviço da classe dominante e do poder. Por isso, para esses teóricos as notícias dão uma visão direitista, liberal e conservadora do mundo e contribuem para a sustentação do *status quo*. A outra versão sustenta que os *media* noticiosos são instrumentos da ideologia dos jornalistas. Estes são vistos como quase totalmente autônomos em relação aos diversos poderes. As notícias seriam enviesadas da realidade porque reflectem as convicções ideológicas e políticas dos jornalistas e as suas ideologias profissionais. Como os jornalistas, para esses pensadores, são maioritariamente de esquerda, as notícias tendem a privilegiar uma visão esquerdista do mundo (SOUSA, 2002, p.4-5)

5. Teoria construcionista (Estruturalista e Interativista)- Diametralmente aposta à Teoria do Espelho, esta linha de investigação concebe como impossível os *media* simplesmente *refletirem* à realidade através das notícias, pelo simples fato de que as próprias notícias ajudam a construir a realidade. Para Sousa (2002, p. 5):

Para os acadêmicos que perfilham essa explicação [construcionista], as notícias são histórias que resultam de um processo de construção, lingüística, organizacional, social, cultural, pelo que não podem ser vistas como o espelho da realidade, antes são artefactos discursivos não ficcionais -indiciáticos- que fazem parte da realidade e ajudam-na a construir e reconstruir. Assim, o conceito de distorção é visto como inadequado e as atitudes políticas dos jornalistas - observados como relativamente autónomos, (...) - não são entendidas como um factor determinante no processo jornalístico de produção de informação.

Percebidas como o resultado de um complexo processo de interação entre jornalistas, fontes, demais profissionais da imprensa e sociedade e em torno da noção central da notícia como construção, duas correntes teóricas emergem neste período: a Teoria Estruturalista e a Interacionista. Com abordagens micro e macro sociológicas, pontuam a interação do jornalista não apenas na organização à qual pertencem (como na Teoria Organizacional, de Warren Breed, por exemplo), mas também na comunidade jornalística, sendo, por isso, transorganizacionais.

Ambas as teorias sublinham a importância da cultura jornalística, nomeadamente a estrutura dos valores-notícia dos jornalistas, a ideologia dos membros da comunidade, as rotinas e os procedimentos que os profissionais utilizam para levar a cabo o seu trabalho. Assim, ambas rejeitam categoricamente uma visão instrumentalista das notícias [...] (TRAQUINA, 2005, p.173)

Pela Teoria Estruturalista,

[...] as notícias são um produto socialmente construído que reproduz a ideologia dominante e legitima o *status quo*. Isto acontece porque os jornalistas e os órgãos de comunicação social têm uma reduzida margem de autonomia, cultivam uma cultura rotinizada e burocratizada e estão sujeitos ao controle da classe dominante, proprietária dos meios de comunicação, que vincula os *media* às suas (primeiras) definições dos acontecimentos (SOUSA, 2002, p.5).

Ao contrário da Teoria da Ação Política, contudo, a estruturalista confere ao jornalista uma “autonomia relativa” em relação ao controle econômico das empresas do setor. Salienta a relevância estrutural que adquirem os valores-notícias e a ideologia jornalística que delimitam rotineiramente os fatos noticiáveis, os eventos que adquirem o *status* de notícia. Ao longo da construção da notícia, Hall et. al (1993) oportunamente pontua que a Teoria Estruturalista valoriza uma perspectiva culturalista, sem a qual não

haveria um “mapa de significados” no qual as notícias pudessem fazer a mediação à qual se propõem.

O ponto-chave para esta abordagem é a relação estrutural entre os *media* e as fontes; sendo estas percebidas como um bloco unido, uniforme e que comandam a ação dos jornalistas. Ao jornalista não seria concedido espaço para matérias que contrariem as fontes, por exemplo.

Observa-se aqui um enfoque que demanda reavaliações no momento atual da prática jornalística: a ruptura do pólo de seleção/emissão dos jornalistas também no que tange às fontes. Como exemplo recente, mas longe de único, menciona-se o blog Fatos e Dados, da Petrobrás (<http://petrobrasfatosedados.wordpress.com/>), onde a própria empresa chamou para si o espaço público necessário para apresentar “fatos e dados recentes da Companhia e o posicionamento da empresa sobre as questões relativas à Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI)”. Segundo o próprio *site*:

Todos os textos desse ambiente estão abertos para comentários, que passarão pela aprovação de um moderador antes de ir ao ar. O critério para publicação é que os comentários não tenham conteúdo ofensivo ou desassociado do tema do site, bem como não contenham perguntas de jornalistas para elaboração de matérias.

Em um ano de existência, o *blog* contabilizou aproximadamente 2 milhões e 700 mil visitantes, isto é, mais de sete mil acessos diários.

Também construcionista, outra vertente de pesquisa é a Teoria Interacionista. Por esta abordagem as notícias também são uma construção social, produto de um processo de percepção, seleção e transformação de acontecimentos, realizado por profissionais relativamente autônomos, que compartilham uma cultura comum e sujeitam-se aos “constrangimentos organizacionais, os enquadramentos e narrativas culturais que governam a expressão jornalística” (SOUSA, 2002, p.5). No cerne da abordagem, a pressão do tempo, em torno dos *deadlines*¹¹ e, sobretudo, a noticiabilidade, isto é, a exclusividade para decidir o “que é notícia”, Neste sentido,

O desenvolvimento de um campo jornalístico autônomo tem como fator crucial a profissionalização das pessoas envolvidas na atividade jornalística em que é reivindicada a autoridade e a legitimidade de exercer um monopólio sobre o poder de decidir a *noticiabilidade* dos acontecimentos e

¹¹ Pontua Traquina (2005) que, pressionadas pela tirania da “hora do fechamento”, as empresas do campo jornalístico são obrigadas a elaborar estratégias para fazer face ao desafio colocado pela natureza de sua matéria-prima, isto é, os acontecimentos. Face à imprevisibilidade, as empresas jornalísticas precisam impor ordem no espaço e no tempo.

das problemáticas. Perder esse monopólio é pôr em causa a independência do jornalismo e a competência dos seus profissionais (TRAQUINA, 2005, p.181).

Observa-se que as teorias acima sintetizadas guardam interfaces e nem sempre apresentam fronteiras bem definidas. “Aquilo que as une é mais importante do que aquilo que eventualmente as separa” (SOUSA, 2002, p.6). Talvez por isso, autores como Jorge Pedro Sousa (2002, 2002a) e Michael Schudson (1988) estejam entre aqueles que defendem que as teorias unidimensionais não conseguem explicar as notícias, propondo uma teoria unificada, sistematizadora¹².

Contudo, quando foca-se mais no que une as teorias acima brevemente descritas do que no que as diferencia, observa-se que o ponto em comum é sempre discutir o Jornalismo do ponto de vista dos emissores, seja priorizando o jornalista, a cultura profissional, a ideologia ou os constrangimentos organizacionais; mesmo porque – como dito na introdução deste artigo – antes da Internet não havia a circulação massiva de notícias fora da imprensa.

6. *Newsmaking*, Responsabilidade Social, Agendamento

Na mesma linha de pesquisa, com uma abrangência aglutinadora de fatores inerentes à prática jornalística e às empresas do setor, se fortaleceu nas décadas mais recentes a perspectiva do *newsmaking*, uma abordagem sociológica do Jornalismo e que parte do reconhecimento da existência de condições na seleção e construção dos acontecimentos a serem narrados para definir o produto do jornalismo. Atualmente, pondera-se que:

[...] se os estudos mais antigos salientavam o papel individual dos repórteres e editores na seleção e configuração das notícias, os estudos mais recentes parecem indicar que fatores “ambientais”, “ecossistêmicos”, como as *deadlines*, o espaço, as políticas organizacionais, as características do meio social e da cultura, entre outros, desempenham um papel importante na construção das notícias (SOUZA, 2002, p.40).

Notícias que, nos media tradicionais, possuem uma função massiva. Por função massiva¹³ entende-se:

¹²A tentativa de sistematização de princípios básicos que propiciem uma Teoria Unificada do Jornalismo ou da Notícia não é recente. Para Genro Filho (1987), por exemplo, Otto Groth seria uma dos pioneiros deste viés de pesquisa ao publicar a enciclopédia *O jornalismo*, composta de quatro volumes, já no final da década de 1920.

¹³A utilização do termo “função”, em detrimento de dispositivo, por exemplo, é intencional. Compactuando-se com Lemos (2007), relembra-se que as funções massivas e pós-massivas estão presentes tanto nas mídias analógicas como

[...] um *fluxo centralizado* de informação, com o *controle editorial do pólo de emissão*, por *grandes empresas* em processo de competição entre si, já que são financiadas pela *publicidade*. Busca-se, para se manter as verbas publicitárias, sempre o *hit*, o sucesso de “massa”, que resultará em mais verbas publicitárias e maior lucro. As mídias de função de massa são centradas, na maioria dos casos, em um *território geográfico nacional ou local*. As mídias e as funções massivas têm o seu (importante) *papel social e político na formação do público e da opinião pública* da modernidade. As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir. Não há estrutura organizacional nas massas, tampouco tradição, regras. (LEMONS, 2007, p.124, grifos nossos).

As palavras ou expressões que grifamos na citação acima pontuam as principais características das notícias massivas: financiamento direto pela publicidade, necessidade de *hits*, controle editorial, fluxo centralizado de informações, espaço geográfico definido e, particularmente relevante para a discussão deste artigo, o *papel social e político na formação do público e da opinião pública*.

A Teoria da Responsabilidade social é um preceito caro ao Jornalismo. Expressões como “cães de guarda da sociedade” e imprensa como “Quarto Poder” tem este sentido e se coadunam com ideário romântico do Jornalismo. Advogam uma imprensa que tem como eixo norteador o comprometimento apenas com cidadão e com o interesse público. Por isso, as funções da imprensa nas sociedades democráticas seriam a mediação e o esclarecimento, de forma apartidária, neutra, distante e acima das disputas de interesse da sociedade.

Outro enfoque possível para se pensar as notícias é a hipótese do *agenda setting*. O conceito de *agendamento* foi apresentado por McCombs e Shaw em 1972, embora a relação causal entre agenda mediática e pública já tivesse sido ventilada por Walter Lippmann, ainda nos anos 1920.

De lá para cá, o conceito se ampliou e complexificou, a partir do reconhecimento de um poder mediático muito mais abrangente do que dos efeitos limitados. Traquina (2000) integra o paradigma do agendamento também dentro da literatura do *newsmaking*, isto é, do ponto de vista dos emissores profissionais.

nas digitais. Por exemplo, um grande portal na internet ou um grande *site* de busca ou jornalístico tenta desempenhar funções massivas, enquanto que mídias analógicas como *fanzines*, *flyers* e rádios comunitárias, buscam desempenhar funções pós-massivas, de nicho.

A literatura do agendamento abrange três angulações: 1) pesquisas sobre a *agenda mediática*, isto é, estudos do conteúdo dos *media*; 2) os estudos da *agenda das políticas governamentais*; cujo núcleo é o que se torna notícia a partir das entidades governamentais e 3) estudos da *agenda pública*, definidos como aqueles que se debruçam sobre os desdobramentos das notícias na agenda dos receptores. Nesta terceira vertente concentra-se a maioria dos estudos de *agenda setting*, buscando examinar a relação entre agenda mediática e agenda pública. Sobre a evolução da investigação do *agendamento*, McCombs e Shaw (1993) escreveram que os *media* não só dizem em que pensar, mas também como pensar e, conseqüentemente, o que pensar. Ao menos era o que ocorria nos meios de comunicação com função massiva.

As notícias em cenário pós-massivo

O momento que vivemos caracteriza-se por um amplo fluxo de notícias que tem a função pós-massiva. As mídias de função pós-massiva têm como eixo central as redes telemáticas e, portanto, a liberação do pólo de emissão para qualquer um que deseje fazer circular uma informação, sem, necessariamente, a presença de um conglomerado ou empresa jornalística por trás. Para Lemos (2007, p.125):

As funções pós-massivas não competem entre si por verbas publicitárias e não estão centradas sobre um território específico, mas virtualmente sobre o planeta. O produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bi-direcionáveis (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massiva agem não por hits, mas por “nichos”, criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “longa cauda”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos que são para poucos, mas que pela estrutura mesma da rede, se mantêm disponíveis.

Mas pode-se ainda ir mais além, e problematizar o que é “nicho” ou “*hits*” ou o alcance das notícias postadas em redes sociais.

Quem não se recorda do fenômeno planetário do “Cala a boca, Galvão” que ocorreu, via Twitter, no início da Copa do Mundo em junho de 2010, a partir da brincadeira de que “cala a boca” significaria “salve” em português e “Galvão” seria o nome de uma ave nativa ameaçada de extinção? Embora o Twitter seja uma rede social – um nicho, portanto - o alcance da (falsa) notícia/campanha foi mundial. Basta recordar que jornais do porte do *Wall Street Journal* e o *The New York Times* não ficaram

indiferentes; tendo este, cinco dias depois do início “campanha”, noticiado que era apenas uma brincadeira. Mas como raciocinar de acordo com a hipótese do *agenda-setting*? Como um contra agendamento, isto é, com o público influenciando diretamente no quê noticiar? Ou estaríamos dando às notícias pós-massivas o mesmo *status* de outras mídias, e tem-se aqui simplesmente a “circularidade circular da informação” da qual fala Bourdieu (1997), com um “veículo” pautando o outro?

E não faltam exemplos de notícias disponibilizadas por até então apenas audiência que ganharam o mundo, numa clara situação de *agenda setting*, quando se sublima que esta é uma abordagem cujo foco até agora era sempre associado com os *media* tradicionais e o efeito das notícias por eles veiculadas.

Entre uma significativa pluralidade de ocorrências pode-se mencionar as suspeitas de irregularidades nas eleições no Afeganistão. Suplantando uma típica auto-atribuída tarefa da imprensa tradicional (informar e, pela Teoria da Responsabilidade Social, denunciar) foram os cidadãos que denunciaram para o Ocidente a violência nos locais de votação por meio do Twitter, e-mails e torpedos de celulares; apesar da rigorosa censura dos extremistas pós-Taleban. Na mesma linha de raciocínio, por exemplo, menciona-se o fenômeno Susan Boyle, transformada em celebridade mundial, inicialmente via YouTube, um episódio de repercussão raras vezes vista mesmo nos maiores veículos de comunicação de massa.

São exemplos como estes que nos levam a questionar se as teorias do Jornalismo das quais dispostos e que foram brevemente abordadas na parte inicial deste artigo ainda dão conta do fenômeno notícia em tempos pós-massivos. Como pensar “porque as notícias são como são” sem levar em conta esta nova vertente? Os exemplos aqui utilizados são menos notícia do que uma reportagem de um jornal de referência? E, nesse caso, como explicar o efeito que produzem?

Na realidade, no momento em que a análise ainda se encontra imbricada com o processo que mal se inicia, pode-se apenas levantar questões, como, por exemplo, até que ponto o fato de as funções pós-massivas estarem associadas com as redes sociais/telemáticas (nichos) as torna, de fato, pós-massivas. Uma notícia-amadora que ganha o mundo pode ser considerada distante de um grande acontecimento jornalístico?

Por qualquer viés que se analise, observa-se que a ruptura do pólo de emissão põe em xeque as teorias e os pressupostos que norteiam os estudos das

notícias/Jornalismo. Como falar de constrangimentos empresariais (*newsmaking* ou Teoria organizacional, por exemplo) quando notícias ganham o mundo a partir de pessoas comuns, imbuídas do afã de comentar? Como situar o (até então) poder da imprensa de decidir pautas e enfoques, quando as próprias fontes afastam-se do poder até então absoluto da imprensa e constroem canais diretos de visibilidade pública e possível agendamento?

É possível, é claro, tentar resgatar e atualizar os estudos originais do *gatekeeping* ou demais enfoques que privilegiam escolhas individuais, tanto para dar conta da alteração das rotinas nas próprias redações móveis, como para tentar explicar os critérios pelos quais leitores/usuários selecionam acontecimentos para publicá-los ou mesmo valorizam determinados *sites*. Seria a credibilidade ainda o cerne das seleções? É este o conceito que faz que determinados *blogs* tenham altos índices de leituras, mesmo se não (oficial ou realmente) vinculados a uma empresa jornalística? A credibilidade é associada com a pessoa que publica, com critérios de apuração e apresentação das notícias ou com a rede de seguidores do *site*? Neste caso, há de se aprofundar os estudos em torno do tema a partir de seu entrecruzamento com as teorias do Jornalismo, já que estas contemplam mecanismos de construção de credibilidade pautados em organizações consolidadas, marcas sólidas, mas público anônimo e massivo.

Pode-se abrir outro filão de investigação que contemple os critérios de noticiabilidade em mídias de funções pós-massivas, para além da proximidade que se pressupõe implícita para que o jornalista-amador tome ciência de algo e o reporte para o mundo. Ao contrário dos meios profissionais que dispõem de recursos (cada vez mais escassos, registre-se por oportuno) para pautar, apurar, investigar e produzir grandes reportagens, se supõe que o usuário comum registre o que lhe é próximo.

Nas redações profissionais, das quais tentam dar conta as teorias do campo jornalístico, é extenso e variável o rol de valores-notícia elencado por autores diversos, para além do “atualidade”, sempre presente. Fernandes (2003), a partir de uma pesquisa bibliográfica em obras de dez autores brasileiros, europeus e americanos¹⁴ cobrindo o

¹⁴ Os autores utilizados na pesquisa foram: Carrol Warren (s.d), Fraser Bond (1962), Luiz Amaral (1969), J. Galtun e M. Ruge (1965), Mar de Fontcuberta (1993), Mario Erbolato (1978), Natalício Norberto (1969), Nilson Lage (2001), P. J. Shoemaker (1991) e Teun A. van Dijk (1990).

período 1962-2001, conclui que o valor-notícia “proximidade” é o mais relevante, superando, inclusive, a “atualidade”, segundo critério mais mencionado.

Como se vê, também por este viés de análise descortina-se a necessidade de novas discussões e pesquisas que contemplem também as notícias que circulam livremente na Internet, se correta a premissa de que é também a proximidade que propicia notícias em ambiente pós-massivo por não profissionais. Há elementos que as diferenciem das decorrentes das pautadas pela redação profissional? Pode-se mencionar a apuração, já que se pressupõe que o jornalista e a empresa disponham de formas de apuração profissionais. Mas, quando as fontes se mostram acessíveis também para o cidadão comum – este mesmo, possivelmente, uma testemunha ocular – como analisar a tessitura desta notícia?

Por fim, busca-se encaminhar o questionamento central deste artigo pelo próprio questionamento do que é, afinal, notícia.

Notícias: (re) definições

Notícias podem ser classificadas a partir de critérios diversos: por sua forma de apresentação, pelo conteúdo, pela estrutura, pelas características que adquirem face nos diferentes suportes (impresas, radiofônicas, televisivas). Neste sentido, descortina-se uma nova problematização, que registramos apenas para pesquisas futuras: o esgarçamento das fronteiras entre as diversas tecnologias, num imbricamento entre canais e suportes propiciados pela Internet. Mesmo um olhar superficial permite questionar, por exemplo, se uma transmissão de rádio na web configura-se como um programa radiofônico ou se *Jornal Nacional* da TV Globo disponibilizado na Internet, para assinantes e via YouTube, segue caracterizado como jornalismo televisivo.

No Jornalismo também se entende que a notícia

[...] além de aparecer como sinônimo de comunicação, informação, ainda é um gênero, por contraposição a outros (reportagem, artigo, coluna), e uma unidade básica de produção, que engloba um determinado *modus faciendi*, obedece a regras e oferece um certo resultado: o relato publicado (JORGE, 2006, p.2)

Este é justamente o ponto que se buscou ressaltar neste artigo, isto é, a constatação que uma quantidade crescente de acontecimentos vividos se transformam em notícias por outro *modus faciendi* (o do leitor/usuário), completamente dissociado do que as teorias do



Jornalismo investigam. Teria sentido e completude dizer que “notícia é tudo o que o público necessita saber, tudo o que público deseja falar” (COLLIER’s WEEKLY, citada por AMARAL, 1982, p.39), entendendo-se que este “tudo” se limita ao que a imprensa pode oferecer? Ou remotamente sustentar que “notícia é aquilo que o jornalista define como tal” no ambiente pós-massivo atual?

Alsina (1996, p.185), em uma visão construcionista, afirma que notícia “uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. O que se buscou evidenciar neste artigo é que a construção ganhou novas facetas, que ultrapassam o institucional, e que ainda se encontram em aberto, à espera de arcabouço teórico e critérios de análise, variáveis que vão da seleção à estrutura das notícias em ambiente pós-massivo, já que não necessariamente se moldam à consagrada pirâmide invertida. No cerne, a relação do Jornalismo com as fontes, e preceitos caros para o campo, como credibilidade e veracidade, além do reexame do extenso rol de valores-notícia já consolidados. Ao fundo, a questão central: o que é, afinal, notícia e jornalismo na sociedade atual?

Considerações (nada) finais

O jornalismo integra uma corrente epistemológica recente e busca ainda uma ou mais teorias capazes de abrangê-lo em todas as suas facetas. O desenvolvimento histórico das teorias do jornalismo brevemente abordadas ao longo do texto evidencia que os critérios de seleção e produção das notícias são historicamente datados, como assim o é, a sociedade.

Os dez anos mais recentes introduziram mudanças irreversíveis como a ruptura do pólo de emissão de notícias apenas por profissionais da imprensa, num processo ainda longe de plena apreensão. O artigo, de caráter introdutório, teve por objetivo problematizar a lacuna de explicações teóricas consolidadas que permitam apreender e analisar notícias no que se define como ambiente pós-massivo, abordagem que cremos não mais poder ser ignorada nas análises de qualquer esforço sobre teoria(s) da notícia.

Ao levantar questões, procurou-se problematizar a estrutura, valores-notícias, fontes e efeitos, buscando evidenciar que, por qualquer viés que se analise, as questões “o que é notícia?” e “como circula/é recepcionada/ e quais efeitos gera?” ganharam



novos tensionamentos, ainda em busca de explicações teórico-analíticas que os apreendam e clarifiquem junto ao próprio conceito de Jornalismo.

Referências

- ALSINA, Miquel. *La construcción de La noticia*. Barcelona: Paidós, 1996.
- AMARAL, Luiz. Jornalismo, matéria de primeira página. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1982.
- BOURIDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. São Paulo: Zahar, 1997.
- FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como critério de noticiabilidade na notícia local. III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. *Anais do...* SBPJor: Florianópolis, 2003.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide* - para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo : questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- JORGE, Thaís. A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. In: *UNirevista*, v.1, n. 3 , jul 2006. Online. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Jorge.pdf. Acesso em: 5 jul 2010.
- LEMONS, A. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. In: *Matrizes*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007, pp.121-137. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/Media1AndreLemos.pdf>. Acesso em: 02 jun 2010.
- MATTELART, Armand. *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.
- ROBINSON, Gene. *News agencies and world news*. Fribourg: University Press, 1981.
- SCHUDSON, Michael. *Discovering the news*. New York: Basic Books, 1978.
- _____. Porque é que as notícias são como são? *Comunicação e Linguagens*, v.8, 1988. p. 17-27.
- SHOEMAKER, Pamela. *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage Publications, 1991.
- SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>. Acesso em: 12 jun 2010.
- _____. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Santa Catarina: Argos-Letras Contemporâneas, 2002a.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- _____. *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.
- TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicações de massas*. São Paulo: Martins Fontes, 3 ed., 2008.