



Por que o Escândalo é Notícia? – Uma Análise de Caso da Seleção de Notícias¹

Carlos Figueiredo²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este artigo analisa os motivos que levaram os dois jornais impressos da cidade do Recife a noticiarem de forma maciça matérias sobre um escândalo político ocorrido na cidade do Recife durante as eleições municipais de 2004, em detrimento de notícias sobre notícias que tratassem dos problemas da cidade e dos propostas dos candidatos para resolvê-los. Recorremos aos conceitos de habitus, proposto por Bourdieu, e de noticiabilidade, proposto por teóricos do jornalismo como Gans; para entendermos o peso das rotinas profissionais na seleção de notícias. Para atingir tal objetivo analisamos qualitativamente notícias publicadas pelo Jornal do Commercio e pelo Diário de Pernambuco, entre 18 de agosto e 31 de outubro de 2004, além de entrevistas não-diretivas com editores de política das duas publicações pesquisadas.

Palavras-chave

Produção de notícias; Escândalo Político; Habitus; Noticiabilidade

1. O Processo de Seleção da Notícia

Todos os dias uma enorme quantidade de acontecimentos chega às empresas jornalísticas. Todavia, o espaço limitado nos meios impressos e o tempo exíguo dos telejornais são insuficientes para relatar tudo o que se passa no mundo da vida. A empresa jornalística ainda enfrenta outro dilema: os recursos humanos e materiais são limitados, e não permitem cobrir todos os fatos. O tempo, central no trabalho prático jornalístico, também faz parte dessa equação. A escolha dos acontecimentos a serem publicados não pode exigir demasiada reflexão a ponto de atrapalhar ou impossibilitar a cadeia de produção de notícias. É preciso selecionar um pequeno grupo de fatos entre milhares à disposição.

A capacidade de tornar um tema público é uma preocupação antiga para a qual o sociólogo Max Weber chamou a atenção de seus pares em um congresso em 1910. “De nossa parte, teremos que investigar, sobretudo, as relações de *poder* criadas pelo fato específico de que a imprensa torne públicos determinados temas e questões” (WEBER, 2002, p.187). Bourdieu (1997, p.25), metaforicamente, alega que “os jornalistas têm

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

²Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco (PPGS/UFPE)



‘óculos’ especiais a partir dos quais vêm certas coisas e não outras, e vêm de certa maneira as coisas que vêm”, ou seja, a seleção operada pelos jornalistas, que ao mesmo tempo é uma construção, realiza-se de acordo com os parâmetros práticos e valorativos do seu grupo profissional.

O momento de seleção das notícias faz parte do trabalho jornalístico de construção da realidade, pois determina o que se tornará de conhecimento público. Já que a principal tarefa do jornalismo dentro de uma democracia é informar os cidadãos para que eles possam exercer seus deveres e direitos, um dos pontos cruciais para uma análise do desempenho jornalístico dessa obrigação é entender através de que critérios é escolhido o que os cidadãos deveriam saber. A pergunta feita aqui é “por que razão o caso Maria do Socorro é notícia?”, relegando outros temas que também seriam de interesse público para segundo plano. O caso Maria do Socorro foi um escândalo político, envolvendo os candidatos a prefeito do PT e PMDB durante as eleições municipais de 2004, no Recife. A análise do emprego desses critérios durante o pleito de 2004 pode indicar um caminho a ser seguido. A metodologia utilizada é a análise qualitativa dos cadernos de política das edições de 18 de agosto a 31 de outubro de 2004 dos jornais Diário de Pernambuco (DP) e Jornal do Commercio (JC). Analisamos as notícias publicadas não a partir de seu enquadramento ou ângulo, mas dos critérios utilizados na sua seleção, procurando traços de noticiabilidade.

Durante a análise foram utilizadas entrevistas não-diretivas com os editores do caderno de política dos dois jornais pesquisados para obter um maior aprofundamento sobre o objeto pesquisado. Para preservar o anonimato dos entrevistados são utilizadas as nomenclaturas “Editor 1” para o editor do JC e “Editor 2” para o editor do DP durante o escândalo. Apesar de o questionário ser estruturado, ele proporciona flexibilidade, podendo ser adaptado no decorrer da entrevista. Na entrevista não-diretiva, o indivíduo é encarado como portador de uma cultura (ou sub-cultura), no caso estudado aqui a cultura jornalística, prestando informações que podem ser exploradas “a partir das verbalizações, inclusive as de conteúdo afetivo”, onde são “procurados sintomas dos modelos culturais que se manifestam na vivência dos indivíduos ou grupos considerados” (THIOLLENT, 1987, p.85).

2. O Escândalo

O caso Maria do Socorro começou com uma promessa do então recém-eleito presidente da República, Luís Inácio da Silva, em 2002, aos moradores de Brasília Teimosa em



visita fita logo depois de sua vitória eleitoral. Lula prometeu tirar os moradores de Brasília Teimosa de palafitas e urbanizar o local. A obra começou com a remoção das palafitas e a urbanização da orla de Brasília Teimosa, feita em parceria com a Prefeitura da Cidade do Recife. Os moradores retirados do local recebiam um auxílio–moradia enquanto esperavam a construção de novas habitações. A obra passou a ser a grande vitrine da administração do prefeito João Paulo (PT), candidato à reeleição em 2004.

O embrião do escândalo foi a exibição de depoimentos da artesã Maria do Socorro no guia eleitoral do candidato Carlos Eduardo Cadoca (PMDB) da coligação União pela Mudança, veiculado no dia 20 de agosto de 2004. Ex-moradora das palafitas, a artesã Maria do Socorro criticava duramente a obra da administração petista. Entre as reclamações estavam a falta de celeridade na construção das casas e a prioridade da prefeitura em urbanizar a orla, para exibir as imagens da obra como propaganda eleitoral. A denúncia feita pela artesã desconstruía a grande obra petista.

Três dias depois Maria do Socorro ressurgiu no Horário Eleitoral, porém desta vez a artesã estrela no guia eleitoral do PT. Arrepentida, a artesã confessa que havia criticado a administração petista em troca de dinheiro e ajuda jurídica para os seus dois filhos que estavam presos. Maria do Socorro acusa a esposa do candidato Cadoca, Berenice Andrade Lima, de ter sido a responsável pelo seu aliciamento. O caso gera declarações acirradas dos dois lados e dos outros candidatos. O caso passa a ganhar contornos policiais depois que a artesã alega ter sido seqüestrada e espancada por três homens desconhecidos no dia 02 de setembro de 2004 (DONA, 03/09/2004). Maria do Socorro dos Santos passou a viver escondida sob a proteção do Movimento Nacional dos Direitos Humanos.

Todavia, é no dia 16 de setembro, com a perseguição ao advogado Dominici Mororó, que acompanhava o caso de espancamento de Maria do Socorro, empreendida por policiais da Casa Militar do Governo Estadual, politicamente alinhado à candidatura de Carlos Eduardo Cadoca, que se configura um escândalo político com provas e suspeitos (NUNES e LOPES, 17/10/2004). A suspeita de abuso do poder e uso da estrutura de segurança pública do estado acirrou os ânimos e pode ter sido decisiva nos resultados das eleições, vencido por João Paulo (PT) no primeiro turno. Nesse momento foi configurado escândalo político que é a transgressão de normas morais por agentes do campo político, gerando uma resposta pública de desaprovação. O escândalo estudado é o que Thompson (2002) chama de escândalo político midiático por ter sido difundido pelos meios de comunicação atingindo um público indefinido numericamente.



3. O processo de Seleção da Notícia

Para dar conta do trabalho de seleção, os jornalistas contam com a ajuda dos critérios de noticiabilidade³, “conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformados em notícia” (HOHLFELDT, 2001, p.208). A quantidade de critérios atendidos por um acontecimento determinará a sua potencialidade de se transformar em notícia, a sua noticiabilidade (*newsworthness*). É bom lembrar, entretanto, que esses critérios não são categorias estanques, e podem variar de acordo com a cultura nacional ou organizacional nas quais os jornalistas estão inseridos.

Os critérios devem ser flexíveis e facilmente racionalizados, pois se uma matéria “cair”, ou seja, precisar ser descartada, ela precisa ser rapidamente substituída por outra com uma justificação razoável. Eles são direcionados para permitir a eficiência organizacional na tarefa de vencer o *deadline*, assim como para garantir a quantidade necessária de notícias publicáveis com a mínima quantidade de tempo, esforço, e recursos financeiros (GANS, 1980, p. 83). Os critérios de noticiabilidade respondem a necessidades organizativas, mas estão relacionados também aos valores da cultura profissional e às necessidades do público, que é a fonte da sobrevivência da empresa jornalística.

Esses critérios não são sistematizados pelos jornalistas, mas fazem parte de seu senso prático, de seu *habitus*; são apreendidos na prática diária da profissão, fazem parte da socialização profissional dentro do campo jornalístico. Reconhecer as notícias através desses critérios faz parte da competência profissional dos jornalistas, permite definir que acontecimentos são notícia, um saber que o campo jornalístico reivindica como um monopólio dos seus agentes. Para ser jornalista não é suficiente saber elaborar um texto, é preciso também “farejar” a notícia, ter “*perspicácia noticiosa*” (TRAQUINA, 2005, p. 45). Os critérios de seleção como parte do *habitus* jornalístico podem ser vistos como “princípios geradores de estratégias que permitem fazer face a situações imprevisíveis e sem cessar renovadas” (BOURDIEU, 1983, p.61). O uso dos critérios permite que através da experiência prática passada, os jornalistas possam lidar

³ Em grande parte literatura de estudos de jornalismo, esse mesmo conceito é chamado também de valores-notícia (*news values*), contudo preferimos usar o termo critérios de noticiabilidade para destacar o seu poder operacional. A palavra “valor” remete ao âmbito da crença. Não se quer dizer com isso que não existam crenças e ideologias profissionais embutidas nessas práticas, entretanto usar a palavra “critério” enfatiza o sentido operacional.



com acontecimentos imprevisíveis, mas que não são completamente desconhecidos, possibilitando o processamento rápido da informação. Os editores entrevistados durante a pesquisa ressaltaram a importância da intuição e da experiência. O editor 2 acredita que a intuição puxa a cobertura para a inovação e ousadia, enquanto a experiência permite ao jornalista comparar o fato com outros similares cobertos no passado. A experiência, na avaliação do entrevistado permite que o jornalista possa perceber se a matéria “rende” ou não, se pode oferecer problemas práticos etc.

O profissionalismo, como coloca Soloski (1993, p.92), oferece flexibilidade aos jornalistas para que façam seus julgamentos acerca da notícia com certa liberdade, possibilitando a tomada rápida de decisões envolvendo acontecimentos imprevisíveis, e ao mesmo tempo controlar as suas ações, para impedir a idiosincrasia na escolha das notícias e tornar o trabalho mais ágil. Como a empresa não pode vigiar o trabalho de seus profissionais todo o tempo por questões práticas e éticas, o profissionalismo conjugado com a política editorial da empresa atua nesse sentido, sem que os profissionais sintam-se extremamente tolhidos. O uso do conceito de *habitus*, tal como formulado por Bourdieu, é conveniente aqui. O *habitus* gera e estrutura as práticas de tal forma que se atinja os objetivos do grupo sem que estes sejam enxergados como o “produto da ação organizada de um regente” (BOURDIEU, 1983, p. 60 – 61).

Gans (1980, p.91) através do método da pesquisa participante observou o método de seleção de notícias e constatou que a seleção de notícias é uma negociação que pode começar muitas vezes com uma fonte que “vende” a matéria para o jornalista. O termo “vender” no jargão jornalístico significa tentar convencer algum agente do campo jornalístico a encampar a publicação do fato oferecido. Os agentes envolvidos na seleção das notícias podem ser comparados a participantes de uma transação quase-comercial, onde quem sugere a matéria é um vendedor, oferecendo suas idéias para editores e pauteiros, que agem como compradores. (GANS, 1980, p.90). Como frisa Martini (2004, p.84) em uma sala de redação, a tarefa de *gatekeeper*, o guardião dos portões da existência pública, é negociada e dividida entre vários indivíduos.

No ato de vender, os jornalistas destacam os critérios que sua matéria preenche, para facilitar a venda. Contudo, é importante lembrar que como o número de critérios é vasto, e alguns são mesmo opostos entre si; a sua aplicação necessita do consenso entre os jornalistas, para evitar o caos. Caso a negociação não atinja um consenso, existe uma organização hierárquica onde aqueles que ocupam uma posição de maior prestígio na hierarquia organizacional poderão dar o voto de minerva, decidindo que notícias serão



publicadas (GANS, 1980, p.83). O editor 2 avalia que a forma como o repórter vende a notícia é muito importante na escolha do que vai ou não ser publicado. Para o editor 2, o profissional que se intimida quando perguntado se a sua pauta rende acaba gerando uma desconfiança sobre o seu material, já aquele que liga para a redação ainda enquanto está apurando a matéria, afirmando que o material apurado tem noticiabilidade pode aumentar a confiança do editor no seu trabalho.

Thompson (2002, p.108) indica quatro razões que podem levar o campo jornalístico a orientar-se para a ênfase noticiosa em um escândalo: (1) lucro financeiro, (2) objetivos políticos, (3) auto-concepções profissionais e (4) rivalidades competitivas. A primeira razão está assentada na empresa jornalística como investimento e se encontra dispersa por todos os conjuntos de critérios noticiosos, o segundo objetivo não poder ser levado em consideração pelos limites desta pesquisa, porém a publicação do escândalo estudado não parece ter este objetivo; a terceira razão está ligada a auto-imagem nutrida pelos jornalistas de guardiões da democracia, o chamado jornalismo “cão de guarda” (*watchdog*) e a quarta é ela mesma um critério de noticiabilidade. Os critérios de noticiabilidade são normalmente divididos em substantivos, relativos ao produto, à audiência, aos meios de comunicação, ao público e à concorrência, seguindo a classificação proposta por Wolf (2006).

4. Os Critérios e o Caso Maria do Socorro

4.1 Avaliando os Acontecimentos - Critérios Substantivos

As categorias substantivas são relacionadas ao acontecimento que será transformado em notícia e levam em consideração a articulação entre importância e interesse da notícia. Um acontecimento pode ser interessante ou importante, mas o ideal é que a matéria carregue os dois adjetivos (GANS, 1980, p. 147). Todo jornalista aprende a distinguir essas qualidades em um acontecimento, é uma habilidade que faz parte do seu senso prático. O caso Maria do Socorro é, jornalisticamente falando, ao mesmo tempo interessante e importante, aumentando seu potencial de noticiabilidade.

Os julgamentos relativos à importância dos acontecimentos são aplicados aos atores e atividades relacionados aos fatos. De acordo com Gans (1980, p.147) os julgamentos são normalmente determinados por quatro considerações: (1) importância na hierarquia governamental ou em outras, (2) impacto na nação e no interesse nacional, (3) impacto em um grande número de pessoas e (4) significância para o passado e o



futuro. Alguns dos fatores que definem de forma operacional, o valor – notícia “importância” de um acontecimento, são o grau do poder institucional, o poder de outras hierarquias não institucionais, a sua visibilidade, a amplitude e o peso dessas organizações sociais e econômicas (WOLF, 2006, p.201). Os critérios substantivos estão enquadrados naquilo que o editor 1 chama de cidadania, interesse público, e também aquelas notícias que seriam interessantes para o “leitor comum”.

O grau de poder institucional e a hierarquia é um critério de noticiabilidade não apenas dos acontecimentos, mas também das fontes e a aplicação deste critério nesses dois momentos é inseparável. A aplicação desse critério é devida à sua fácil indicação de representatividade tornando fácil a identificação pelo público dos responsáveis por determinado serviço ou fato (GANS, 1980, p. 148). Além disso, quanto maior a sua posição na hierarquia governamental, menor a possibilidade de mentir.

O caso Maria do Socorro envolve o governo estadual, uma vez que integrantes da Casa Militar estão envolvidos no escândalo, e o municipal já que as primeiras participações de Maria do Socorro no horário eleitoral foram feitas para criticar a administração da prefeitura. A esquematização de Galtung e Ruge (1993, p.67) traz esse critério com a denominação de *referência a pessoas de elite*. Os dois estudiosos consideram que esse critério leva à personificação dos processos sociais, ou seja, os leitores podem enxergar nos acontecimentos as conseqüências de ações de pessoas mais do que de estruturas sociais (GALTUNG e RUGE, 1993, p.68).

O critério *impacto sobre a nação e o interesse nacional* (GANS, 1980, p. 148) aqui será interpretado em relação ao estado de Pernambuco e aos seus interesses, já que os dois jornais pesquisados são direcionados ao mercado local, e de pequena influência nacional. Esse critério pode ser entendido como *proximidade geográfica* (WOLF, 2006, p. 203), um termo mais próximo da análise empreendida aqui, entendido como vizinhança geográfica ou/ e afinidade cultural. Já o critério *quantidade de pessoas envolvidas* pode ser entendido no sentido direto ou potencial. Quanto maior o número de pessoas envolvidas em uma manifestação ou acidente, mais esta será noticiável. O critério, no caso estudado aqui, pode ser aplicado de forma indireta, pois acontece durante eleições, um período em que todos os cidadãos em idade eleitoral são convocados a tomar uma decisão.

O significado para o passado e o futuro é um critério que contém em si a possibilidade da notícia gerar desdobramentos e comentários, e a partir dessas conseqüências mais notícias e interesse por parte da população. No jornalismo político,



os comentários dos agentes do campo político são fontes de novas notícias, as chamadas suítes. *A evolução futura dos acontecimentos* marca a significação que o acontecimento adquire a respeito das expectativas na sociedade, trate-se de um fato para o qual é preciso encontrar uma solução, ou que possua um desenvolvimento em seqüência (esperam as conseqüências possíveis), para o qual se constituem em uma série de notícias que se relacionam com outros fatos-notícia passados (MARTINI, 2004, p.91 – 92). O escândalo também tinha um grande potencial de mudar o rumo das eleições, e poderiam surgir CPI's, investigações policiais e processos judiciais (embora nada disso tenha acontecido). Além disso, as carreiras e destinos políticos dos envolvidos poderiam sofrer grandes transformações com os desdobramentos do caso.

Além da importância, analisada a partir dos quatro critérios discutidos até aqui, outro critério substantivo de seleção das notícias é o interesse, que está ligado à imagem que os jornalistas possuem do público e à capacidade de entretê-lo. As notícias interessantes relatam pessoas comuns agindo ou sendo afetadas em situações fora do comum, pessoas públicas agindo de forma descontraída ou se comportando como pessoas comuns no âmbito privado. As histórias de interesse humano relatam situações nas quais pessoas ordinárias passam por uma experiência fora do normal que evoca simpatia, compaixão ou admiração das audiências. (GANS, 1980, p.156).

O interesse humano (GANS, 1980, p.156) é um fator de forte presença nesse escândalo, com um diferencial em relação a outros: envolvia uma pessoa comum, uma ex-moradora de palafitas, vivendo uma experiência dramática como pivô de uma luta política. Maria do Socorro desencadeou o escândalo, não sendo apenas uma denunciante; teria ainda sido sequestrada, agredida e subornada. Além disso, a história colocou um lugar periférico da cidade em evidência, a comunidade de Brasília Teimosa. Como a Matéria “Dois depoimentos e muita polêmica”, publicada pelo JC, lembra: depois da primeira aparição de Maria do Socorro no horário eleitoral, “a campanha nunca mais foi a mesma”.

A eleição deste ano entrará para a história como a campanha em que Brasília Teimosa pautou o noticiário político e virou mote da maior disputa travada entre os dois principais candidatos a prefeito. A razão de tanta polêmica se deve, sobretudo, a um personagem central: a artesã Maria do Socorro dos Santos. Depois que ela apareceu no guia eleitoral do candidato Carlos Eduardo Cadoca (PMDB) criticando o prefeito João Paulo (PT) pelas obras de urbanização da orla, a campanha nunca mais foi a mesma. (CARVALHO, 03/10/2004)

4.2 Processando o Acontecimento - Critérios relativos ao produto



Esse grupo de categorias diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização do trabalho jornalístico e enquadram brevidade, atualidade, novidade, organização interna da empresa, qualidade (ritmo, ação, dramática) e equilíbrio entre os diferentes tipos de assuntos. Essa categoria de valores-notícia é relacionada à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo, o grau de acesso dos jornalistas aos acontecimentos, a possibilidade do fato ser tratado tecnicamente nas formas jornalísticas, se está estruturado de maneira a facilitar sua cobertura (WOLF, 2006, p. 206). Para Traquina (2005) a questão da disponibilidade está ligada intrinsecamente com a logística da cobertura. Escândalos podem envolver o dispêndio de grande quantidade de recursos, pois necessitam, muitas vezes, de trabalho investigativo, que não aconteceu no caso Maria do Socorro, e fontes bem posicionadas.

O critério da brevidade consiste na regra de que as notícias precisam trazer a informação essencial, mas serem suficientemente curtas para reterem a atenção do público (WOLF, 2006, p.206). A brevidade é também uma consideração relativa à audiência, uma vez que os jornalistas acreditam que os telespectadores se desinteressariam da notícia durante um relato longo (GANS, 1980, p.161). A necessidade de não ultrapassar um determinado tamanho também tem a ver com o grande número de fatos disponíveis a serem noticiados. Os fatos considerados mais importantes dentro dos padrões industriais do jornalismo conseguirão mais espaço.

No dia 17 de agosto de 2004, posterior ao escândalo, o Jornal do Commercio publicou 13 retrancas relacionadas ao assunto que ganhou a capa da edição daquele dia, deixando de lado ou colocando na gaveta matérias que estavam agendadas para serem publicadas naquele dia, mas que devido a sua menor importância ficaram relegadas a um segundo plano. O Diário de Pernambuco apresentou uma cobertura mais tímida no mesmo dia com apenas quatro retrancas e sem dar ao fato o privilégio de figurar na capa do jornal. A notícia ganhou um espaço considerável pelo fato de preencher vários critérios de noticiabilidade.

O critério da ideologia da notícia parte da premissa segundo o qual são noticiáveis, os acontecimentos que constituem e representam uma infração, um desvio, uma ruptura no curso normal das coisas. (WOLF, 2006, p.206 – 207). Esse critério de noticiabilidade está ligado ao valor de manutenção da ordem social mantido pelos jornalistas. O caso Maria do Socorro envolve o fato do suposto envolvimento de representantes eleitos em transgressões contra as regras do campo político: algo, até certo ponto, inesperado dentro de regimes democráticos. Essa é uma das razões dos



escândalos se tornarem notícia, a transgressão de uma norma moral que desafia a ordem social e política. Já o valor da atualidade consiste em que as notícias devem tratar de fatos situados o mais próximo possível no tempo ao momento de sua publicação.

Também ligados às categorias relativas ao produto estão os critérios relacionados à qualidade da história, entre eles estão a ação, o ritmo, o caráter exaustivo e a clareza da linguagem (GANS, 1980, p.171 -172). A notícia torna-se mais atraente quando narra um momento de ação, um incidente, como uma batalha, um conflito, ou pessoas lutando contra a natureza. Ação é também emoção, uma atividade que pode evocar uma resposta emocional forte das audiências, como raiva, compaixão ou detração (GANS, 1980, p. 158). As notícias do caso Maria do Socorro possuem uma dose de ação e de drama pela mudança de lado da artesã que deu depoimentos em a favor de dois candidatos diferentes, pela perseguição ao advogado Dominici Mororó por policiais e possuem ritmo, uma narrativa própria que continua a cada edição dos jornais tal como uma boa novela que se revela com o passar dos capítulos e deixa o público curioso e ansioso pelo seu final, tentando predizer o resultado da trama e a veracidade dos atores (THOMPSON, 2002, p.103).

O valor – notícia equilíbrio determina que a noticiabilidade de certos fatos se justifica pelo equilíbrio da composição dos jornais. No caso estudado, o equilíbrio é usado para garantir a imparcialidade dos jornais, e não minar sua credibilidade. Em quase todas as edições de ambos os jornais pesquisados, foi possível verificar matérias diferentes onde era analisado o ponto de vista dos dois lados.

4.3 Usando a Tecnologia - Critérios Relativos ao Meio

Esses critérios são ligados ao meio de comunicação no qual a notícia será veiculada. As considerações do meio estabelecem uma ligação entre a seleção das notícias e a tecnologia utilizada no meio de comunicação. Esses critérios permitem que os jornalistas explorem as diferenças tecnológicas entre os meios de comunicação para que as empresas jornalísticas tentem se distinguir das concorrentes, e para competir com outras organizações através do uso de uma diferente tecnologia (GANS, 1980, p.158). As categorias relativas ao meio de informação explicam a razão pela qual o noticiário televisivo local dá menor espaço ao período eleitoral.

Os telejornais apresentam um perfil diferente, sendo muito dependentes de boas imagens, o que as atividades de campanha não fornecem em profusão, a não ser quando



há um grande evento como um comício ou um debate entre candidatos. Contudo, ultimamente, o espaço para o tema em telejornais locais vem aumentando com entrevistas dos candidatos sobre suas propostas gravadas em estúdio e reportagens sobre as formas de que o cidadão dispõe para participar da vida pública por outros caminhos além do eleitoral.

4.4 Inventando a Audiência - Critérios Relativos ao Público

Estes critérios estão ligados à importância da imagem que os jornalistas têm do público. Mesmo que os órgãos de informação promovam pesquisas sobre a audiência, os jornalistas possuem apenas uma idéia difusa de quem lê o material produzido por eles. A influência desse critério é incerta, mas o possível desconhecimento sobre a recepção pode gerar um descompasso entre o que os jornalistas acreditam ser importante, e aquilo que o público considera relevante. Esses critérios estão diluídos entre os outros critérios de noticiabilidade. Uma vez que as notícias são um produto industrial feito para atingir o maior número de pessoas possível, seria correto imaginar que os jornalistas estão sobre constante pressão para escolher notícias que atrairão um público maior.

Gans (1980: p.230), ao realizar uma pesquisa empírica com jornalistas americanos, ficou surpreso ao notar que eles tinham pequeno conhecimento da audiência e rejeitavam o *feedback* vindo dela. Por conhecer pouco a audiência, os jornalistas acabam recorrendo a uma construção do público, *a audiência inventada*, para satisfazê-los de que seus julgamentos noticiosos garantem a eles telespectadores e leitores (GANS 1980: p.240). Quando o editor 1, em entrevista realizada durante a pesquisa, avalia que um dos critérios de seleção é publicar notícias que dão ênfase ao que está próximo ao leitor comum, ele estaria se referindo a uma construção efetuada pelos jornalistas. De acordo com Vizeu (2005, p.44), a seleção dos acontecimentos pressupõe um julgamento acerca da sua relevância e interesse para o público “relacionado a uma visão do mundo interiorizada pelo próprio jornalista, que a considera, também universalmente partilhada pela audiência”.

4.5 Disputando Mercado - Critérios Relativos à Concorrência

A situação de competição entre as empresas jornalísticas possui impactos no produto noticioso, devido ao seu peso na seleção das notícias, e se refletem sobre outros critérios noticiosos, reforçando-os. A concorrência torna remota a probabilidade de dar

um furo no concorrente, pois as empresas jornalísticas cobrem estrategicamente os mesmos espaços. Nesse contexto, os competidores lutam para conseguir entrevistas exclusivas, e pequenos furos sobre detalhes de um fato maior (GANS, 1980, p.177). A rivalidade é expressa no ato dos jornalistas lerem o jornal concorrente todas as manhãs. O valor da competitividade é expresso com maior ênfase após a constatação de um editor ou chefe de redação de que o adversário publicou uma notícia ou detalhe que passou despercebido na sua redação, fazendo surgir o questionamento: “por que a gente não deu isso?”. A obrigação competitiva é publicar tudo aquilo que o rival publicou, e um pouco mais.

Outra tendência consiste no fato de a competição gerar expectativas mútuas, fazendo com que uma notícia seja selecionada porque é esperado que os concorrentes a publiquem (GANS, 1980, p.177). Contudo, no caso pesquisado, a cobertura difere de forma substancial entre as duas publicações com uma cobertura mais marcante pelo Jornal do Commercio, evidenciada pelo destaque que o jornal deu ao acontecimento no dia do escândalo, colocando-o na primeira página (FIG. 1), gesto não repetido pelo Diário de Pernambuco (FIG. 2). Tendo em consideração a dimensão do fato e de suas possíveis conseqüências, acreditamos que a ausência foi motivada por decisões que escapam aos padrões da profissão jornalística.



FIG 1 – Capa do Jornal do Commercio de 17/04/2004

FONTE – www.jc.com.br



FIG 2 – Capa do Diário de Pernambuco de 17/04/2004

FONTE – www.pernambuco.com

Uma primeira impressão pode levar o observador a avaliar que a decisão pode ter sido fruto de pressão externa ou auto-censura, já que dentro dos padrões procedimentais da profissão, colocar a perseguição na capa parece ser uma decisão indiscutível. A decisão polêmica de não colocar a notícia da perseguição na capa do jornal foi justificada pelo editor de política do DP na época, o Editor 2, como fruto de uma decisão editorial tomada antes das eleições de 2004. Com a chegada do novo editor de política que passou a ocupar o cargo a partir de maio daquele ano, uma série de medidas teria sido tomada. Entre elas não partir para o confronto político aberto com nenhum grupo político e não dar capa para notícias da editoria de política, a não ser para as pesquisas de opinião, que eram realizadas pelo instituto de pesquisa *Em Data*, que pertence aos Diários Associados.

5. Conclusões

O estudo empírico da aplicação de critérios de noticiabilidade pode ajudar a pesquisa em jornalismo a responder várias questões sobre coberturas noticiosas e servir de complemento para outros enfoques teóricos como as teorias do agendamento e do enquadramento. Pois, fatos agendados possuem grande noticiabilidade, e, além disso, muitas vezes os critérios de noticiabilidade definem os enquadramentos noticiosos. No caso estudado aqui, a análise desses critérios ajuda a compreender como as escolhas tomadas pelos jornalistas, através de regras práticas, acabam atuando de forma importante, e algumas vezes decisiva, no processo de construção da realidade. Regras



que pretendem responder a uma grande quantidade de variáveis, muitas delas conflitantes entre si, como as necessidades do público e da empresa jornalística.

No mundo da política, cujo acesso da maioria dos cidadãos é mediado pelo campo jornalístico, pode-se dizer que os critérios de noticiabilidade definem em grau elevado o que a população conhece sobre a política. Tais critérios não são neutros tampouco são frutos de uma conspiração do *status quo*, mas impregnados pela cultura profissional dos jornalistas, trazendo implicitamente julgamentos que são realizados de acordo com seus valores profissionais, dando uma dimensão ética ao grau de correção de sua aplicação. A dimensão ética dos critérios de noticiabilidade reside no fato de que a sua aplicação define que fatos, personalidades e temas são dignos de ganhar existência pública. Portanto, a compreensão teórica da seleção de notícia é uma questão eminentemente prática ligada ao tipo de jornalismo que é praticado.

O caso Maria do Socorro por ter um alto grau de noticiabilidade relegou outras notícias que também possuíam alto grau de interesse público para segundo plano. Nossa pesquisa dá conta de que outros temas que são de fundamental importância durante eleições como as propostas políticas dos candidatos e suas biografias foram relegadas para segundo plano em razão do alto grau de noticiabilidade do caso Maria do Socorro, temas que em outra situação seriam publicados, e que deixaram de ser conhecidos e debatidos a despeito de seu interesse público. Sabendo que os critérios de noticiabilidade não são a – históricos, esperamos que o presente estudo permita uma reflexão sobre o tema também no plano prático da profissão jornalística.

6. Referências

BOURDIEU, Pierre. Esboços de uma Teoria da Prática. In: ORTIZ, Renato (Org). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1984. p. 46 – 81.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

GANS, Hebert J. **Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Times**. New Work: Vintage Books Edition, 1980.

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio et allí.. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MARTINI, Stella. **Periodismo, noticia y noticiabilidad**. Bogotá: Norma, 2004.



SOLOSKI, Jonh. O Jornalismo e o Profissionalismo: Alguns Constrangimentos no Trabalho Jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org). **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Veja, 1993. p.91-100.

THIOLLENT, M. **Crítica Metodológica, Investigação Sociológica e Enquete Operária**. São Paulo: Polis, 1987.

THOMPSON, Jonh B. **O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na Era da Mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A Tribo Jornalística – Uma Comunidade Interpretativa Transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. **O Lado Oculto do Telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005

WEBER, Max. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. **Lua Nova**. São Paulo. no. 55-56, 2002, pp. 185-194.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2006

6.1 Matérias Jornalísticas

DONA Socorro denuncia seqüestro e agressão. **Jornal do Commercio**. Recife, 03 setembro 2004, política. Disponível em: http://jc.uol.com.br/jornal/2004/09/03/not_106970.php. Acessado em 05 abril 2007

LOPES, Aquiles; NUNES, Thiago. PMs detidos ao seguir advogado de Socorro. **Diário de Pernambuco**. Recife, 17 setembro 2004, Política. Disponível em: http://www.pernambuco.com/diario/2004/09/17/politica1_0.asp. Acessado em 08 abril 2007.

CARVALHO, Ciara. Dois depoimentos e muita polêmica. **Jornal do Commercio**, Recife, 03 outubro 2004, Política. Disponível em: http://jc.uol.com.br/jornal/2004/10/03/not_110517.php. Acessado em 10 abril 2007.