



Os critérios de noticiabilidade no Jornalismo Internacional Pernambucano¹

Júlia SCHIAFFARINO²

Heitor Costa Lima da ROCHA³

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este trabalho analisa, através de metodologia qualitativa e quantitativa, o jornalismo internacional em Pernambuco a partir das editorias de Mundo, Planeta e Internacional, dos jornais Diário de Pernambuco, Folha de Pernambuco e Jornal do Commercio, respectivamente. Questões como dependência das agências de notícias, equipes reduzidas e pouco espaço no corpo dos periódicos são abordados, bem como suas conseqüências. Nela identificam-se os processos de agendamento e enquadramento dos acontecimentos tendo como base os critérios de noticiabilidade que referenciam a prática profissional dos jornalistas. O trabalho traz, ainda, o olhar dos editores sobre os dados obtidos e o confronto dos resultados da pesquisa com as fundamentações com que eles explicam suas decisões.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo internacional; esferas públicas internacionais; critérios de noticiabilidade.

1 O cenário do jornalismo internacional em Pernambuco

As editorias de internacional não estão entre os principais focos das empresas de jornalismo em Pernambuco. A causa mais importante reside na relação entre o custo que elas implicam, que é relativamente alto, e volume estimado de leitores, menor quando comparado ao de outras seções. Dessa forma o que se tem no geral é pouco espaço nos jornais e uma enxuta equipe nas redações que, não poucas vezes, acumula editorias.

De acordo com esta análise, no período de agosto de 2008, o editor do Diário de Pernambuco (DP), Paulo Goethe era o responsável por Mundo, Brasil, Primeira Página e Últimas Notícias, contando com um editor assistente e um repórter. No Jornal do Commercio (JC) a editora de Internacional, Fabianne Cavalcanti, também acumulava a seção de Brasil e, igualmente, tinha a equipe composta por um editor-assistente e um

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco em dezembro/2008. Email: juliasbis@gmail.com.

³ Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE): heitor@nlink.com.br



repórter. Na Folha de Pernambuco (FP), a então editora Rilvânia Queiroz era encarregada das seções de Regional, Brasil e Geral e não contava com assistentes ou repórteres.

Quanto ao número de páginas preenchidas na FP o padrão é de uma página, podendo chegar a duas caso aumente a publicidade. No DP e JC têm-se em média duas páginas nos dias normais, o que pode ser ampliado dependendo do advento de acontecimentos considerados relevantes, como verificado na cobertura das eleições norte-americanas.

A elaboração das pautas é feita, basicamente, a partir de agências. O DP utiliza os serviços da Agência Estado (AE), vinculada ao grupo Estado, do qual faz parte o jornal O Estado de São Paulo, e da Agência espanhola EFE. Por fazer parte do Grupo Diários Associados, o jornal também se vale de um considerável material produzido pelo Correio Braziliense. A FP, por sua vez, trabalha com as agências Estado e Folhapress, vinculada ao grupo Folha, onde está inserido o jornal a Folha de São Paulo. Já o JC é o jornal local que assina a maior quantidade de agências. São cinco: a francesa France Presse (AFP), a Agência Estado, a Agência O Globo e a Folhapress.

	<u>DP</u>	<u>FP</u>	<u>JC</u>
AFP			•
EFE	•		
Agência Estado	•	•	•
Folhapress		•	•
Agência O Globo			•

Tabela n.01 – Distribuição das agências entre os jornais pernambucanos

1.1 Critérios de noticiabilidade, agendamento e enquadramento

Ao se ter agências que enviam materiais tão semelhantes, o que faz a diferença são os valores-notícias para o agendamento e o enquadramento utilizados por cada equipe. Eles norteiam quais assuntos serão selecionados, quanto irão merecer de espaço e de que forma serão repassados ao leitor.

Nesta pesquisa foram analisados os temas noticiados na editoria de internacional dos jornais Diário de Pernambuco, Folha de Pernambuco e Jornal do Commercio entre os dias 18 e 21 de agosto de 2008. A partir de então foram identificados os critérios que



levaram até a construção das páginas de internacional encontradas e, conseqüentemente, do cenário de mundo transmitido por esses periódicos.

Para isso fez-se a distribuição das matérias veiculadas nesse período, a partir de 11 temáticas: 1) assuntos relacionados ao Brasil, a exemplo de declarações do então candidato à presidência dos EUA, Barack Obama, sobre a economia brasileira; ou o brasileiro morto no desastre com o avião da Spanair, acontecido no dia 21 de agosto de 2008; 2) conflitos no Cáucaso e repercussão nos EUA e União Européia; 3) eleições nos EUA; 4) política na América Latina; 5) desastres aéreos como queda de avião, panes e despressurizações; 6) conflitos no Oriente Médio, onde se inserem atentados, crises políticas, sondagens de opinião e semelhantes; 7) desastres naturais; 8) pessoas midiáticas e curiosidades, também políticos, desde que o assunto em questão não seja a política especificamente; 9) ciência e tecnologia; 10) matérias de resgate histórico, geralmente feitas a partir de datas históricas; 11) crimes, nessa categoria foi incluindo um atentado terrorista acontecido na Espanha no dia 20 de agosto do ano em questão.

Contabilizou-se 233 matérias e as vinculadas só foram contadas separadamente quando traziam algum assunto que abrangesse outra dessas categorias. Houve caso de matérias que entraram em duas categorias, como uma notícia que saiu no JC do dia 29/8, intitulada “Morales cruza o Brasil para ir a La Paz”. Neste caso, ela foi incluída nas temáticas de assuntos relacionados ao Brasil e de política na América Latina. Vale observar que para esse cálculo não foi considerado o espaço cedido às matérias, mas unicamente, a temática abordada por ela. Assim, tem-se, por exemplo, diversas notas sobre celebridades enquanto os desastres aéreos estiveram em destaque por mais de um dia, com matérias ora mais curtas, ora com o número de caracteres superior a 3.000. Os dados obtidos foram convertidos em percentuais, arredondados sempre que possível.

O resultado mostra uma forte cobertura de conflitos no Oriente Médio (17,5%), seguindo da cobertura das eleições nos EUA (15,45%) e dos conflitos relacionados à Guerra no Cáucaso – conflitos separatistas inicialmente entre Ossétia do Sul e Geórgia (12,8%). Nesse sentido é interessante observar que todos os três temas têm relação direta com os Estados Unidos. Na seqüência o que se tem são as matérias abordando a política na América Latina (11,5%), equiparada com o número de notícias sobre pessoas midiáticas e curiosidades (11,5%), e seguida pela cobertura de desastres aéreos (11,1%). Em sétimo lugar estão os assuntos relacionados a Brasil (6,8%) e em oitavo os desastres naturais (5,5%). Nas últimas posições estão matérias voltadas para os campos da ciência



e da tecnologia (4,2%), matérias de resgate histórico - geralmente especiais – (3,4%) e crimes (2,1%).

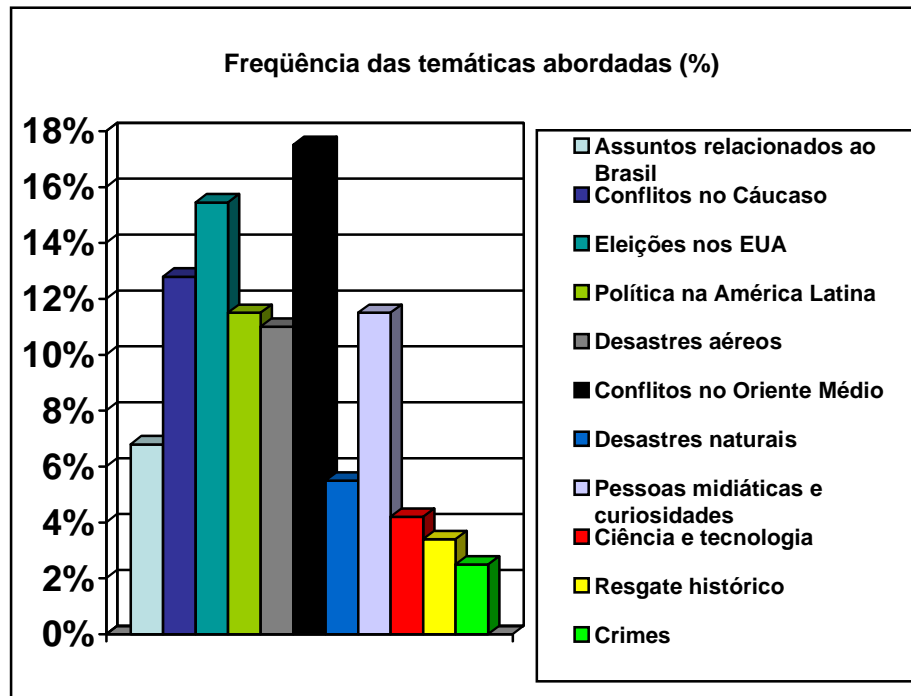


Gráfico n. 01 – Frequência das temáticas abordadas nos jornais pernambucanos (ago. 2008)

2 Análise das entrevistas

Foram entrevistados a editora de Internacional do Jornal do Commercio, Fabianne Cavalcanti, o editor-assistente de Mundo no Diário de Pernambuco, Celso Calheiros, e a editora de Planeta da Folha de Pernambuco, Rivânia Queiroz.

O questionário tem quatro partes: 1) seleção e apuração da notícia; 2) avaliação dos editores sobre aspectos observados na pesquisa; 3) questões específicas sobre cada editoria; 4) colocação do editor sobre pontos positivos e negativos na sua seção.

Na estruturação deste relatório a subdivisão inicial foi desconstruída, visto que várias respostas se mostraram interligadas. Optou-se, então, por enumerar pontos considerados mais significativos dentro das entrevistas.

2.1 O espaço das editorias



Em princípio se observou que os entrevistados consideram pequeno o espaço destinado ao noticiário internacional. Reconhecem que é um obstáculo enfrentado por todas as editorias, mas nessa seção ele tende a ser mais sentido dado o grande volume de despachos – materiais enviados pelas agências. Uma colocação interessante é a de Fabianne Cavalcanti (JC): “Os jornais não dão tanto espaço para internacional, salvo em épocas de assuntos como as eleições americanas e coisas assim”.

Ao lado disso, outra questão levantada por Cavalcanti diz respeito ao pessoal. As equipes tendem a ser reduzidas e precisam se subdividir com a seção de Brasil. “São duas editorias quentes, diárias como cidades”. Dificuldade igual é enfrentada pelos outros dois jornais que concentram mais de uma rubrica sob a mesma equipe. Porém, enquanto DP e JC destinam três jornalistas para realizar o trabalho, a FP mantém apenas um, no caso, a própria editora, para cobrir essas seções.

Uma alternativa apontada pelos entrevistados para driblar essas dificuldades consiste no repasse de certos assuntos para editorias específicas como esportes, cultura, política, economia. O jornalista Celso Calheiros trouxe como exemplo a crise financeira mundial noticiada diariamente, ao longo de 2008. Apesar de ter como ponto de partida a economia norte-americana, o tema foi redirecionado para Economia.

Dentro da questão do pouco espaço, encontra-se à tendência à simplificação da mensagem como forma de cobrir um número maior de assuntos. Nesse sentido a abordagem é feita a partir da concepção que os editores têm do público estimado. Quanto mais instruído ele se mostra, mais tende a cobrar melhores produções.

No caso da FP, em princípio, a necessidade de trazer um material aprofundado não é colocada como problema. “Quanto mais enxuto e fácil (o texto), mais prende o leitor. É isso que procuramos fazer. Temos uma linguagem ágil, acessível e rápida.” Porém ao fim da entrevista ela destaca dentre os pontos negativos da editoria de Planeta: “Temos que enxugar demais as matérias. Isso, de certa forma, é ruim, pois deixamos de dar a informação mais ampliada e outros assuntos interessantes.”

2.2 O valor concorrência na construção da pauta

Sobre a escolha das pautas, os editores afirmaram que partem da leitura dos jornais nacionais e, principalmente, locais. Assim, ao serem questionados, por exemplo, sobre o motivo da ênfase nos conflitos do Cáucaso, eles colocaram que se tratava do “assunto do momento”, isto é, era destaque nos principais jornais do Brasil e do Mundo.



Entretanto como os concorrentes diretos estão em Pernambuco, vale observar a resposta de Rivânia Queiroz: “Logo cedo eu procuro ler os jornais concorrentes para ver se deixei de dar algum assunto importante”.

Fabianne Cavalcanti também revelou que a falta de determinados assuntos pode gerar cobranças. Nesse sentido, as agências com as quais o jornal mantém contrato fazem a diferença, pois acontece de uma agência noticiar algo que as outras não colocaram. “Às vezes a gente é cobrado ‘tal assunto, por que vocês não deram?’ Então eu digo: mas essa matéria não tinha na agência da gente.”

Entretanto, “deixar passar algo”, geralmente, tem mais a ver com escolhas pautadas em critérios subjetivos do que na falta de acesso às informações que outros jornais tenham. Segundo Celso Calheiros, “essa angústia por dar um furo no outro é maior para a editoria local”. E completa: “em Mundo (nome da editoria internacional do DP) isso fica mais difícil porque as agências tendem a noticiar assuntos semelhantes.”

2.3 Homogeneidade

A análise verificou uma forte homogeneidade entre as editorias de Mundo, Planeta e Internacional, tanto na temática quanto na construção dos textos. Esse ponto foi levantado durante as entrevistas e os editores concordaram. Ao serem questionados sobre os motivos, atribuíram ao uso freqüente de agências de notícias.

Mas a dependência dessas agências e a falta de correspondentes ou enviados especiais de Pernambuco não são vistas pelos editores como empecilho à elaboração de um bom material. Mesmo tendo reconhecido que isso enriqueceria a cobertura dos acontecimentos internacionais no jornalismo pernambucano, eles destacaram como compensação a qualidade dos textos enviados pelas agências e a possibilidade de se ter acesso a jornais de todo o mundo via internet.

A repetição de trechos de textos entre os jornais tão pouco foi posta como falha, apesar de admitirem ser algo desagradável ao leitor. “É muito desagradável você abrir o jornal e ver as mesmas matérias. Só que, se os dois assinam as mesmas agências, pode acontecer isso”, comentou Fabianne Cavalcanti. Para oferecer um trabalho mais diferenciado, eles disseram, então, preferir costurar a notícia, isto é, reelaborar o texto a partir da combinação de partes de notícias vindas de agências diferentes. Além disso, no JC e DP, concorrentes diretos, os editores chamaram atenção para a existência de uma preocupação com o aumento de matérias exclusivas e a busca por agências distintas.



No caso do JC, Cavalcanti afirmou que um membro da equipe é destinado para produzir semanalmente (aos domingos) ao menos uma matéria exclusiva. O JC também contrata, eventualmente, o trabalho de jornalistas *freelancers* para coberturas internacionais. Geralmente são profissionais que já passaram pelo sistema Jornal do Commercio e, no momento, estão fora do Brasil. Isso foi comprovado durante a análise, que identificou quatro matérias exibindo a assinatura de repórteres do JC.

Já Celso Calheiros comentou que, por fazer parte do grupo Associados, o DP usa material de outros jornais do sistema, principalmente do Correio Braziliense: “O Correio tem uma equipe grande, boa e muito competente de noticiário internacional e eles produzem, entrevistam personagens. Todo domingo temos matérias diferenciadas”. Quanto ao produzido pela equipe local, afirmou ser menos freqüente, mas citou o exemplo do aniversário da imigração japonesa em 2008, quando, em parceria com o consulado japonês, uma repórter pernambucana foi enviada até o Japão. “Ele conhecia uma família de origem japonesa que mora em Bonito, então entrevistou os familiares aqui, os familiares lá e as pessoas que estavam à frente das comemorações.”

Quanto ao uso das agências entre esses dois jornais, o JC disse priorizar as matérias vindas da AFP, enquanto o DP confirmou a preferência em vincular informações da EFE, evitando a repetição de textos entre si. Por outro lado, Rivânia Queiroz, da Folha de Pernambuco, falou que “todas as matérias vêm de agências”. Ela disse que pode acontecer de um jornalista da Folha, que está fora do país, enviar alguma matéria. “Mas isso é muito raro”, completou.

2.4 Critérios de noticiabilidade

Nas entrevistas, os principais valores notícias observados por Traquina (2004) nas rotinas profissionais dos jornalistas foram levantados pelos editores. Verificou-se também uma forte semelhança entre os pontos destacados por eles, ainda que certos valores tenham surgido com pesos distintos.

Um tema que recebeu atenção especial por parte deles foi o de desastres aéreos. Eles destacaram vários elementos levados em conta nesse tipo de notícia. Segundo Cavalcanti, “acidente com muita gente, acidente com *boing*, passageiros civis, causa comoção em qualquer país. E dependendo do país vai ter um maior destaque ou não”.

A partir dessa colocação, é possível verificar a presença de critérios como negatividade e dramatização no uso da palavra “comoção”, além da própria notabilidade



do fato, ao ser mencionada a quantidade de pessoas envolvidas. Outro aspecto ressaltado é a relação entre o local do desastre e o destaque da matéria na diagramação do jornal, o que remete a notabilidade dos atores e, conseqüentemente do fato.

Nesse aspecto o questionário apontava para a queda do avião no Quirguistão no dia 25/8, quatro dias após o desastre na Espanha com o avião da empresa Spanair. Foi perguntado o porquê do destaque para aquela notícia, visto que o Quirguistão é um país raramente mencionado no noticiário. Rivânia Queiroz sinalizou para o fato de o acidente ter acontecido em um domingo e, portanto, no dia seguinte, “não tinha nada mais forte”, o que permite visualizar outro valor comentado por Traquina que é o di-noticioso.

Celso Calheiro fornece, ainda, outro porquê. Trata-se do fator tempo: “Uma vez que um assunto ganha relevância, quando ele se repetir em outra escala, vai chamar atenção e ganhar um destaque que não ganharia. Sim, eu acho que, se o avião caísse no Quirguistão em outra época, nem notinha poderia ganhar.” E acrescenta: “Quantos aviões caíram no dia em que Obama foi eleito presidente? Ninguém deu.”

Sobre as eleições nos EUA, a questão foi referente ao espaço dado às fontes norte-americanas, relativo ao valor notabilidade. Todos os entrevistados consideraram que esse espaço realmente é grande dentro da editoria. Eles afirmaram também achar isso “normal” e “natural”. A justificativa remete aos valores relevância e a amplitude. Uma vez que os Estados Unidos se apresentam como a “maior potência mundial”, o que diz respeito a esse país ganharia um caráter de relevante para o resto do mundo.

Ainda dentro do critério de relevância, foi sinalizado para os conflitos no Cáucaso, principalmente pelo editor do DP.

A princípio você pensa o que o Brasil tem a ver com o Cáucaso, o quê um leitor pernambucano tem a ver com o Cáucaso? Quase nada. Mas ali tem fontes de energia fundamentais para a Europa. Com a Europa, o pernambucano já vai ver que tem muita coisa a ver (...). Assim, parece longe da gente, mas tanto não está longe que o presidente da Rússia, Drimiti Medvedev, está no Rio de Janeiro hoje e a frota naval russa está em Caracas. (Entrevista à pesquisa)

No entanto, segundo constatado no levantamento, essa contextualização demorou a ser feita e, a princípio, o fato foi tratado de uma forma simplista. Isso foi colocado aos entrevistados. Eles afirmaram que muitas das informações referentes aos motivos do conflito vieram de agências e, à medida que chegavam, eram repassadas.



Eles também ressaltaram destinar tais análises ao domingo, quando algumas delas foram de fato verificadas, principalmente no tocante à atual situação econômica da Rússia.

O conflito/controvérsia também foi destacado pelo editor do DP, ao comentar as trocas de acusações entre governos e as versões para a invasão da Geórgia.

Outro ponto que envolve a cobertura dos conflitos no Cáucaso diz respeito à recorrente consonância da notícia. Uma justificativa dos editores para isso pode ser vista ainda na fala de Calheiros: “Quando a Rússia bota o seu peso, mostra que não é um país que deva ter esquecido esse peso, e coloca esse peso de forma militar, então é fundamental que todo mundo lembre um pouco da história”.

O critério de proximidade também esteve nas respostas, mas foi a editora do JC que mais enfatizou esse valor como certo: “Se acontece algo com um leitor de classe média no exterior vai ter leitura, então a gente procura destacar. Qualquer coisa que aconteça com um brasileiro no exterior já é notícia por si só”.

Ainda no critério de noticiabilidade foram identificadas as matérias sobre América Latina. Cavalcanti destacou o aumento dessa cobertura principalmente pela “ascensão de Hugo Chaves e as controvérsias que ele gera, e outros de esquerda que subiram ao poder”. Da mesma forma, o DP colocou a importância dessa proximidade e afirmou que o volume de material sobre América Latina é um dos motivos para eles assinarem a agência EFE. Já a editora da FP não mencionou essa preferência, dizendo, apenas que a presença ou não de notícias sobre América Latina depende, unicamente, do destaque que elas têm. “Quando você tem pouco espaço você tem que optar por quais assuntos interessam mais, ou quais assuntos vão chamar mais a atenção do leitor. Por exemplo, naquela época o assunto do Oriente Médio chamava mais atenção.”

O valor novidade foi observado na cobertura das eleições paquistanesas daquele ano e nos conflitos no Oriente Médio. Perguntou-se aos editores porque tais coberturas não tiveram sequência. De acordo com eles, houve sequência até que a falta de novidades fez o assunto deixar o noticiário. Esse ponto abre caminho para o critério equilíbrio, que busca trazer uma variedade de temas. No entanto vale salientar que esse período coincidiu com início da Convenção Democrata e o anúncio dos vices de Barack Obama e John MacCain, o que leva a análise de volta à notoriedade e à relevância.

A disponibilidade e, conseqüentemente, a visualidade foram outros dois valores ressaltados nas entrevistas. Eles colocaram que muitas vezes existe a vontade de trazer mais informações sobre algum fato. Porém o que vem da agência não é suficiente.



Segundo Queiroz, “existem casos em que o assunto está pegando fogo lá fora e a agência não manda o material.” Cavalcanti também afirma:

Às vezes chega uma matéria que a gente quer dar espaço, mas a agência só manda dez linhas. Então se a gente tem como ver se no noticiário da televisão deu alguma coisa, a gente coloca, ou se tem uma nota oficial e a gente puder acrescentar para crescer aquele texto, tudo bem. Mas às vezes não tem. Então temos que reduzir o assunto a uma notinha mesmo para não deixar em branco. (entrevista à pesquisa)

3 Confrontação de Dados

No livro *Jornalismo Internacional*, João Batista Nataly (2004, p. 10-11) coloca que “nenhuma outra editoria de jornal põe no lixo uma quantidade tão incrível de informação. O que é também uma maneira de dizer que nenhuma outra editoria precisa de critérios tão refinados de qualificação e de seleção”. Isso se exemplifica na entrevista quando a editora de internacional do JC afirma que em um dia sem estrondosos acontecimentos podem chegar ao jornal mais de 1.000 despachos de agências.

Assim o processo de escolha da pautas é feito mais a partir de critérios internalizados e das necessidades impostas por rotinas de produção, do que por uma possível censura política ou empresarial. Então, pensar no jornalismo unicamente a partir de concepções que o colocam como um espelho da realidade faz com que os jornalistas cometam falhas e ajam de forma inapropriada, na medida em que os critérios de seleção têm razões mais subjetivas do que objetivas. Como observa Charaudeau (2006, p. 131), “não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular”.

Questionados sobre a seleção da notícia, a primeira coisa que os editores afirmaram foi observar o que está em evidência nos grandes jornais. Todo o processo de composição da página do dia seguinte começa, então, com a leitura desses veículos, cabendo aqui a observação de Pierre Bourdieu (1997) sobre o fato dos jornalistas se auto-pautarem, na medida em que lêem muito a si próprios.

Nesse sentido é válido destacar as colocações dos entrevistados sobre o porquê de terem cedido espaço praticamente diário à Guerra do Cáucaso. A resposta inicial pode ser traduzida na expressão de que algo era notícia porque era notícia. Quanto a este segundo ser notícia tem-se dois aspectos: envolver dois países de destaque internacional



e estar na pauta dos principais jornais do país. Em outras palavras, era notícia aqui simplesmente porque era notícia nos principais jornais do Brasil e do mundo.

É importante atentar que a questão não é observar os destaques da Folha de São Paulo, Correio Brasiliense, portal G1, ou de outros, ainda que concorrentes, para saber o que está em evidência, mas focar primordialmente nisso, desconsiderando a possibilidade de abrir para assuntos menos explorados. O resultado é um círculo vicioso onde os mesmos temas se alternam de acordo com a presença de novidades ou não. O resultado é um jornalismo homogêneo, padronizado, que, por vezes, nega ao público a possibilidade de ver em debate, por exemplo, as condições de vida de populações africanas, exceto no caso de algum astro de Hollywood resolver fazer uma boa ação nesse lugar. Ou, ainda, trazendo um aspecto mais próximo, veicular informações sobre o Panamá ou o Chile e as relações econômicas entre esses países e o Brasil.

Vale frisar, ainda, que por depender de agências, os editores não têm acesso à quantidade e variedade de acontecimentos que gostariam. Exemplo foi a cobertura do acidente aéreo no Quirguistão. Mesmo sendo o destaque do dia, a matéria não trazia muitos dados. Durante as entrevistas também se verificou essa deficiência das agências em suprir o jornalismo pernambucano de certos assuntos. Eles colocaram que, muitas vezes, querem trazer mais notícias sobre algo, porém faltam informações.

Assim, o que se observa é a manutenção de certos atores na mídia, contribuindo, então, com o fortalecimento do poder que eles detêm. Como coloca Hall (1999, p. 230), os medias encontram-se “numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*”. São esses definidores que mantêm o acesso direto aos meios, no caso as agências, e conseqüentemente, pautam as editorias locais.

A observação dos materiais veiculados durante o período de análise permite situá-los na classificação proposta por Daniel Hallin (*apud* TRAQUINA, 2004), que trata das esferas do consenso, da controvérsia e do desvio. De um lado, está uma pequena parcela de acontecimentos vista constantemente no noticiário internacional. Dentro desta pesquisa, é possível trazer como exemplos as eleições nos EUA, conflitos no Oriente Médio e algumas ações políticas de maior destaque na América Latina. Tais assuntos são pressupostos como notícias e vinculados como parte de um consenso no qual predomina a simplificação da abordagem, relegando contextualizações aos domingos. De outro lado estão aqueles com claras controvérsias, mas que dada a visibilidade que ganharam, geralmente pela notoriedade dos atores, obrigam os jornalistas a buscarem um porquê e um como. São os assuntos pertencentes à esfera da



controvérsia legítima, como os conflitos no Cáucaso, no qual o confronto de versões russas e norte-americanas era constante.

Já em uma terceira perspectiva estariam os assuntos pertencentes à esfera do desvio, isto é, aqueles que são rejeitados como marginais. Quando noticiados, tendem a aparecer de maneira caricata, como determinadas abordagens sobre os presidentes Evo Morales ou Hugo Chaves, que trazem aspectos de insólito e de inversão. Entretanto, as ocorrências dessa última esfera a tornam a mais difícil de identificar, visto que grande parte dos temas pertencentes a ela não fazem parte da pauta jornalística rotineiramente.

Mas detendo-se apenas às pautas, vale uma observação propostas por Margareth Born Steinberger (2005). Segundo ela, mais do que garantir um espaço no noticiário internacional é preciso verificar a qualidade desse espaço. Nesse sentido, o que se percebeu durante a verificação da análise foi a forte relação entre a negatividade e as notícias sobre América Latina e Oriente Médio. Ao mesmo tempo, constata-se uma euforia e esperança, retratadas dentro da cobertura sobre as eleições americanas.

“Não é difícil concluir daí que a mensuração da importância e do poder dos atores que participam da cena geopolítica mundial esteja fortemente vinculada a seu grau de acesso ao espaço midiático internacional. Também a qualidade desse acesso merece reflexão. Uma região que só chega à mídia por suas epidemias, pobreza endêmica, corrupção política, banditismo, etc. estará sujeita a formações discursivas articuladas por um imaginário desfavorável.”
(STEINBERGER, 2005, p. 171)

Apresentados tais elementos, é possível se voltar à contribuição do jornalismo internacional na formação de esferas públicas internacionais enquanto instrumentos críticos capazes de ensejarem mudanças sociais significativas. Em um noticiário com fontes restritas às agências, abre-se caminho para a proliferação de pseudo-esferas e, portanto, de falsas opiniões públicas voltadas à manutenção de uma geopolítica consensual e hegemônica. Isso se verifica, por exemplo, na predominância de temas focados na Europa ou EUA. A constante presença de porta-vozes desses atores e a ausência de representantes sociais e, por vezes, até governamentais também contribui para isso.

Tem-se, nesse aspecto, o que foi denominado por Herman e Chomsky (2003) de modelo de propaganda prevalecendo na construção da notícia. O jornalismo acaba por fazer, então, o papel de reprodutor de discursos oficiais. Ignoram-se as vozes de minorias, ainda que diretamente afetadas pelos acontecimentos em pauta e suprimem-se



as polissemias normais a qualquer fato e que poderiam agir como propulsores para uma diversidade significativa que ensejasse uma publicidade crítica (HABERMAS, 2002).

Para completar esse cenário faz-se do jornal uma roleta de acontecimentos, onde fatos considerados noticiáveis se alternam em um fluxo cada vez mais veloz, guiados pela notoriedade dos atores, notabilidade que possuem, relevância ou outro critério que se apresente mais forte.

“O novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, e as dimensões fundamentais da vida humana. Localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagem de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares. O tempo é apagado do novo sistema de comunicação já que no passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem. O espaço de fluxos e o tempo intemporal são a base principal da nova cultura, que transcende e inclui a diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos: a cultura da virtualidade real, onde o fez-se de conta vai se tornando realidade.” (CASTELLS, 1999, p. 397 – 398)

Assim, por vezes, fragmentação e descontextualização se convertem em suas principais características.

4 Conclusão

Os critérios de noticiabilidade são intrínsecos ao jornalismo e, quanto melhor definidos, mais contribuem para a otimização de tempo e espaço. Mas é preciso observar à maneira como são escolhidos e empregados. A adoção dos mesmos critérios, sempre e continuamente, resulta na homogeneização, bem como a atribuição de pesos muito semelhantes a esses valores-notícias, por editores de diferentes periódicos. Nesse sentido, é verificada uma recorrência de temas e abordagens padrões que se alternam permanentemente, fechando espaço para o surgimento de novas pautas.

Ao lado disso está a realidade das redações de internacional pernambucanas. São equipes reduzidas, pequeno espaço no jornal, pouco acesso às fontes e forte dependência das agências de notícias. Tais fatores levam a uma crescente automatização do trabalho que tende, cada vez mais, a ser um reproduzidor de despachos de agências.

O efeito dessa combinação se reflete na presença de estereótipos e etnocentrismos sentidos ao longo do processo de seleção e construção da notícia. O resultado é a deficiência do jornalismo enquanto agente propiciador do surgimento de



esferas públicas autênticas. Isso porque na medida em que o acesso ao espaço público é relegado a uma meia dúzia de atores, suprimem-se as polissemias comuns a qualquer acontecimento e fundamentais para a compreensão do mundo como algo pluralista, passível de interpretações além das consensuais e, portanto, mutável.

Concomitantemente, essa restrição de acesso leva à veiculação de um cenário internacional geograficamente restrito, e a indagação do leitor sobre o que está acontecendo no mundo tem como resposta o que está acontecendo em determinados países do mundo. Da mesma forma que é negado a esse leitor o direito a uma informação diversificada, também é negado a um sem número de povos, países e nações, o direito de ser informação, de existir para o mundo sem, necessariamente, aparecerem como vilões ou vítimas, mas como sociedades com questões que também merecem a atenção das esferas públicas internacionais (SERRA, 2001).

É importante ressaltar que, como colocado pelos editores, muitas vezes existe o desejo de trazer informações sobre outros acontecimentos além daqueles em pauta nas agências. No entanto a falta de acesso a fontes torna-se o maior empecilho. Nesse sentido a internet é uma aliada em prover materiais de diversas partes do mundo, além aproximar fontes e jornalistas com entrevistas via e-mail, por exemplo, vislumbrando caminhos para um produto de maior qualidade, mais contextualizado e abrangente.

Vale destacar que, nos últimos anos, importantes mudanças ocorreram nas editorias analisadas. Dentre elas estão uma maior abertura para matérias voltadas à América Latina e a busca por um produto mais original com reportagens feitas pela equipe local ou por jornalistas *freelancers* locados em outros países. A escolha por agências diferentes das usadas pelos jornais concorrentes também pode ser um aspecto positivo na medida em que permite uma diferenciação de assuntos, mesmo que pequena.

A observação dessas nuances da profissão, isto é, as necessidades, adversidades e iniciativas que visam a melhoria do produto jornalístico final, é fundamental para que não seja construída uma visão parcial das editorias analisadas.

No mais, fica o desafio constante desses profissionais em levar diariamente aos leitores um mundo com sua diversidade de conflitos e superações.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre; **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel Difusão Editorial, 1989.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.



CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos da mídia**. São Paulo: Contexto, 2006.

HABERMAS, Jürgen. **A mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. IN: HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. São Paulo: Futura, 2003.

NATALI, João Batista; **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2004

SERRA, Sônia; **A Produção da Notícia na Esfera Pública Internacional**. In: Práticas Midiáticas e Espaço Público. Porto Alegre: Edipucrs, 2001. p. 83-112

STEINBERGER, Margareth Born; **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: EDUC; Fapesp; Cortez, 2005

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade transnacional**. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.