

O processo de produção da notícia e os critérios de noticiabilidade: um olhar sob o prisma das teorias do jornalismo

Orozimbo Souza Júnior¹, e-mail; **Luiz Ademir de Oliveira**², e-mail

1. Bacharel em Jornalismo e discente do curso de especialização em Comunicação e Política pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), MG.
2. Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ); RJ; mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte; professor no Mestrado em Comunicação Social da Universidade Presidente Antônio Carlos (Unipac), Juiz de Fora, MG; professor na graduação e coordenador na especialização em Comunicação e Política do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), MG.

RESUMO: Este artigo traz uma discussão sobre a rotina jornalística e os critérios de noticiabilidade. A comunicação, como campo dinâmico, passou e passa por constantes mudanças na forma como é desenvolvida. Dentre as mudanças, surgem critérios ou parâmetros para a escolha, dentre os inúmeros acontecimentos diários, daquilo que será noticiado. A eleição do fato jornalisticamente pertinente é feita com base em critérios mercantis e a busca por uma adequação à forma como as empresas jornalísticas desenvolvem seus trabalhos.

Palavras-chave: teorias do jornalismo, processo de produção da notícia, rotinas de produção, critérios de noticiabilidade.

RESUMEN: El proceso de producción de la noticia y los criterios de noticiarla: un punto de vista sobre el prisma de las teorías del Periodismo. Este artículo

trae una discusión sobre la rutina periodística y los criterio de noticiarla . La comunicación, como campo dinámico, pasó y pasa por constantes cambios en la forma como es desenvuelta . Dentro de estos cambios, surgen criterios o parámetros para escoger, entre os innúmeros hechos diarios, de aquello que será noticiado. La elección del hecho periodístico pertinente es hecho con base en los criterios mercantiles y la búsqueda por una adecuada forma de cómo las empresas periodísticas deben desenvolver sus trabajos.

Palabras llaves: teorías del periodismo, proceso de producción de la noticia, rutinas de la producción, criterios de noticiarla.

ABSTRACT: The process of news output and the criteria of noticiability: a look under the prism of the Journalism theories. This article brings an argument about the journalistic routine and the criteria of noticiability. The communication, as a dynamic field, passed and passes through constant changes in the form it is developed. Among the changes, some criteria or parameters arise for the choice, among the endless number of daily events, from what will be reported. The election of the fact journalistically pertinent is deed based on the mercantile criteria and seeks for an adaptation to the form like the journalistic companies develop their works.

Keywords: Journalism theories, process of news output, routines of output, criteria of noticiability.

Introdução

Foi durante o século XVII que a imprensa começou a tomar a forma vigente nos dias atuais. Até aquela época, as publicações tinham um caráter de magazines, literários e artísticos. Quando emerge o chamado espaço público moderno, a imprensa passa a expor a opinião livre dos cidadãos, que era fragmentada nas discussões iniciadas nos clubes privados, nos cafés e em outros

locais. Rodrigues (1997) entende que o espaço público é convertido: de um território anônimo, de ninguém, torna-se um espaço de circulação e passagem.

Além de apresentar a exposição da opinião dos cidadãos – opinião popular – o campo jornalístico, no seu desenvolver, tem outra característica, que é nos possibilitar o entendimento sobre fatos e acontecimentos que não presenciamos diretamente. Lustosa (1996) entende que os textos informativos traduzem realidades fragmentadas.

O jornalista tem a função de desenvolver um discurso que seja um retrato mais próximo o possível daquilo que de fato ocorreu. A informação exige a obrigatoriedade da separação entre fatos e opiniões. Contudo, é praticamente unânime a idéia da impossibilidade de uma objetividade absoluta no fazer jornalístico. Ou seja, cada relato traz consigo uma carga de influências, que vão desde a visão particular do jornalista até as questões de interesse, por parte daqueles envolvidos na ação jornalística. O simples fato de ordenar a entrada dos acontecimentos ao longo do texto já implica uma certa impressão pessoal. Para Rodrigues (1999), não dá para se pensar em um discurso meramente constativo, pois seria impossível eliminar toda a interferência externa.

Ao longo de sua existência, o jornalismo, como campo dinâmico, passou e passa por constantes mudanças. Essas alterações dizem respeito a questões como o desenvolvimento de rotinas de trabalho e elaboração de referências para escolher o que e como noticiar, dentre os diversos acontecimentos diários. No entanto, mesmo com as modificações na forma como os jornalistas atuam, o que se espera é fidelidade e isenção no momento de transmitir as informações. Pelo fato de serem poucos os que podem presenciar os fatos *in loco*, a credibilidade de quem os descreve não pode ser colocada em xeque. “Os discursos factuais se baseiam quase sempre na fiabilidade do testemunho do locutor e não na sua observação e participação diretas” (RODRIGUES, 1999, p. 32).

I – O fazer jornalístico

No jornalismo, como já foi citado, existem parâmetros para avaliarem os fatos que merecem ser noticiados. Dessa forma, dentro do número indeterminado de acontecimentos cotidianos, tornam-se notícia aqueles que melhor se encaixam nas exigências jornalísticas, isto é, aqueles que tenham como característica a atualidade, a veracidade, o interesse humano, quer dizer, em que medida determinado fato influi diretamente na vida dos cidadãos. Além disso, também são levados em consideração o alcance e a amplitude dos eventos.

A esse conjunto de exigências que são estabelecidas, para que um fato vire notícia, dá-se o nome de critérios de noticiabilidade. São restrições feitas pelos profissionais do jornalismo e exigências organizacionais, que vão definir se um acontecimento tem aptidão para ser convertido em notícia. Deve ser levada em conta, também, a rotina de produção, no momento em que um evento chega à redação. Essa espécie de filtragem estabelece quais fatos cotidianos são relevantes. Aquilo que não obedece a essas normas é excluído.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2001, p. 190).

A notícia jornalística não traz apenas a descrição dos fatos. O texto, seja ele televisivo, radiofônico ou impresso, vem acompanhado de uma certa dose de sensacionalismo, que ajuda a despertar interesse em quem vai consumi-lo.

Toda notícia é sensacionalista, pois somente assim assume o caráter de bem de consumo. Enfim, toda construção de um texto informativo ou notícia impõe a reconstrução dramática do fato, que significa tratá-lo como espetáculo. O material informativo é sensacionalista de modo geral, mas a sua maior eficiência se dá à medida que os acontecimentos narrados estejam diretamente vinculados ao dia-a-dia dos receptores (LUSTOSA, 1996, p. 181).

Portanto, as notícias não apenas informam, mas apresentam uma certa espetacularização, no intuito de despertar interesse e emoção. O redator de um texto informativo, de certa forma, reconstrói os eventos, agregando os atributos necessários para que o público sintá-se atraído.

Dentre outros critérios utilizados para fazer a filtragem entre os acontecimentos e, conseqüentemente, eleger aqueles que vão ser descritos pelo jornalismo, Rodrigues (1999) aponta o excesso, a falha e a inversão. O enredo jornalístico tem uma vocação pelo inusitado, por aquilo que fuja da normalidade e, assim, atraia um maior número de interessados. Existe um dito jornalístico que ajuda a compreender isso: *bad news is good news*, ou seja, notícia ruim é notícia boa. Seria o mesmo que compreender que a formatação de uma notícia não somente tem o papel de informar, mas também de despertar o sentimento dos interlocutores. Estamos diante de uma situação na qual a lógica, ou o curso

normal dos fatos, acaba por não ter tanta relevância. Vale o acidental, o inusitado, a quebra do protocolo.

A atividade do jornalista é marcada pela busca de situações que sejam pertinentes à tendência ou vocação sensacionalista que o jornalismo possui, pois este tende a dar maior vazão ao inusitado, como explica Adriano Duarte Rodrigues, ao tratar o acontecimento jornalístico:

Pela sua natureza, o acontecimento situa-se, portanto, algures na escala das probabilidades de ocorrência, sendo tanto mais imprevisível quanto menos provável for a sua realização. É por isso que em função da maior ou menor previsibilidade que um facto adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico (RODRIGUES, 1999, p. 27).

A categoria dos acontecimentos jornalísticos é restrita. Entretanto, o universo, ou espaço em que podem ocorrer, é vasto.

1.1 – As rotinas de produção

O fazer jornalístico é caracterizado pela obediência a rotinas bem definidas. Existem normas, adotadas principalmente pelos jornalistas ocidentais, que criam definições que ajudam a eleger os fatos que serão notícia, assim como o tratamento que deve ser dado aos componentes da notícia. Há, entre os veículos de comunicação, uma certa padronização, que orienta a escolha do que noticiar e o modo como cada fato será “transformado” em acontecimento jornalisticamente pertinente.

Na produção de informações de massa, temos, portanto, por um lado, a cultura profissional, entendida como um inextricável emaranhado de retóricas de fachadas e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos *mass media* e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem à sua confecção. A ideologia traduz, pois, numa série de paradigmas e de práticas profissionais adotadas como naturais (GARBARINO¹ apud WOLF, 2003, p. 189).

1 GARBARINO, J. **Children and families in the social environment**. New York: Aldine Publishing Company, 1982.

Assim, com o formato nas mãos, as empresas jornalísticas buscam adequar os acontecimentos diários ao modelo de noticiabilidade vigente e desenvolvem sua rotina cotidiana. Entretanto, devido a questões que serão apresentadas posteriormente, essa rotina diária pode gerar algumas distorções nos fatos, que acontecem principalmente quando estes passam pela adequação aos procedimentos jornalísticos. É que existe a já citada necessidade de desenvolver o texto jornalístico de modo a atender a determinações que definem o que é notícia. Outro problema está relacionado ao fato de que, muitas vezes, não é possível o aprofundamento em determinadas questões, o que pode dificultar a compreensão do significado dos fatos tidos como notícia.

Para facilitar o desenvolvimento de suas atividades, as empresas jornalísticas fazem agendamento dos trabalhos. Trata-se de uma forma de se organizarem antecipadamente, para que possam cumprir as exigências diárias. São escolhidos temas que a noticiabilidade é praticamente certa. Então, antecipadamente, as empresas começam a se preparar para fazer as coberturas. Em suma, o agendamento evita surpresas, pois, devido a limitações impostas pela escassez de tempo, de pessoal e a necessidade de seguir um formato, o veículo de comunicação deve ter material garantido, para cumprir com o propósito informativo.

Traquina (2001) sublinha que existe uma outra forma de as empresas jornalísticas otimizarem seus trabalhos. Trata-se do estabelecimento de uma rede noticiosa, de rotina, que tenta impor ordem no espaço. Essa rede trabalha na busca de fatos localizados, ou seja, de acontecimentos que coincidem com as atividades jornalísticas. Através de uma divisão geográfica, os veículos de comunicação concentram seus trabalhos em locais onde, certamente, acontecerão fatos relevantes. Como exemplo, podem ser citadas as cidades nas quais estão localizadas as sedes dos governos. Para estas localidades, é destacado um grande número de jornalistas. No entanto, existem problemas com essa divisão feita pelos veículos de comunicação, pois a rede noticiosa pode impedir que muitos fatos ocorridos em outras regiões não sejam noticiados. Outro problema é que a adoção da rede noticiosa leva os meios de comunicação a uma dependência dos canais de rotina.

1.2 – Teoria do espelho versus teorias estruturalista e etnoconstrucionista

Uma das teorias mais antigas no estudo do jornalismo é a chamada teoria do espelho, que tem em sua essência uma ligação com a legitimidade do campo jornalístico. Trata-se de uma corrente que entende que o jornalismo é um reflexo objetivo da realidade e que as ações jornalísticas são fiéis aos acontecimentos, não cabendo nenhuma interferência exterior no trabalho de infor-

mar ao público. Para esta teoria, “o jornalista é um comunicador desinteressado, um agente que não tem interesses específicos a defender e que os desviam da sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer” (TRAQUINA, 2001, p. 65).

Contrariando o princípio da teoria do espelho, existem a teoria estruturalista e a teoria etnoconstrucionista, que descartam a idéia de que há uma linha limitativa entre os fatos e o trabalho da comunidade jornalística. Para essas correntes, os jornalistas não são apenas observadores passivos dos acontecimentos. Eles participam ativamente de uma construção da realidade. Essa construção da realidade se dá pela escolha da narrativa que, de acordo com Traquina (2001), o jornalista não faz de forma inteiramente livre. Existe por trás da narrativa jornalística uma carga ideológica que direciona os trabalhos em curso. “Assim, tal como a teoria estruturalista, a teoria etnoconstrucionista defende que as notícias são um aliado das instituições legitimadas” (TRAQUINA, 2001, p. 112).

O campo jornalístico, na concepção das duas teorias, torna-se um espaço para a reprodução da ideologia dominante e deixa de ser um recurso para agentes de todos os campos sociais. Isso é observado, como aponta Traquina (2001), pela maior busca que os jornalistas fazem das fontes oficiais, que são, normalmente, ligadas aos instrumentos de poder. “Tanto a teoria estruturalista quanto a teoria etnoconstrucionista chegam à conclusão de que as fontes oficiais dominam o processo de produção das notícias e que os mídia noticiosos reforçam o poder instituído” (TRAQUINA, 2001, p.123).

1.3 – Implicações impostas pelo fator tempo

Entre os desafios enfrentados pelas empresas jornalísticas, o tempo é, seguramente, um dos maiores. A hora fechamento, também chamada de *dead line*, faz com que os profissionais tenham que correr contra o tempo para entregar os trabalhos prontos. A tirania imposta pelo tempo influencia na cobertura jornalística, na medida em que, na rotina de produção de notícias, o *dead line* pode causar distorções nos fatos. Tais distorções devem-se, principalmente, ao fato de que, para cumprirem com o horário, os jornalistas não façam uma apuração muito eficiente, ou mesmo acabam por não fazerem a leitura devida de determinadas situações.

Outro motivo que faz com que o tempo seja tão relevante ao estudarmos o fazer jornalístico é a questão da atualidade. A aproximação temporal das notícias com a realidade cotidiana é um dos fatores que determinam o interesse do público pelas notícias.

É o próprio conceito de atualidade que constitui o coração e a alma da atividade jornalística: o jornal e o telejornal são supostos de dar a conhecer o que há de novo, o que acaba de acontecer. Lemos o jornal para saber o que é que aconteceu ontem e não há 15 dias; e se um acontecimento que teve lugar há 15 dias é notícia, provavelmente o é porque só agora o campo jornalístico teve conhecimento do sucedido (TRAQUINA, 1999, p. 174).

Também é preciso ressaltar a questão da concorrência entre as empresas jornalísticas, como questão relacionada ao tempo, que influi consideravelmente na realização dos trabalhos. A tentativa de antecipação em relação aos concorrentes tem relação direta com o fato de que os leitores priorizam acontecimentos mais próximos, ou mais atuais. Dessa forma, se um periódico se atrasa, acaba incidindo em outro dito jornalístico que diz que “o jornal de ontem só serve para embrulhar peixe”, ou seja, jornal antigo não tem valor informativo, devido à necessidade de que as notícias jornalísticas sejam factuais. Mas o lançamento antecipado pode fazer com que as publicações que venham na seqüência se tornem obsoletas, mesmo que a distância entre um impresso e outro seja inferior a um dia.

Contudo, não só a novidade tem espaço na produção do jornalismo. Existem, também, as chamadas notícias frias. São assuntos que não precisam ser necessariamente atuais para despertarem interesse. Eles podem ser trabalhados com mais tempo e, mesmo assim, ganharem destaque nas publicações e noticiários.

1.4 – A dependência com relação às fontes

As fontes de informação são componentes fundamentais para a rotina jornalística. Por motivos que serão melhor explicados posteriormente, elas influem diretamente na qualidade de uma notícia. Sobre o papel das fontes, Lage (2001) escreve:

Poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente da observação direta. A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de fontes. É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas (LAGE, 2001, p. 49).

Existem diferentes formas para classificá-las. Erbolato (1991) fala em fontes fixas e fora de rotina, sendo que as primeiras são aquelas às quais as redações recorrem diariamente, como corpo de bombeiros, polícia, prefeitura etc. As fontes fora de rotina são pessoas que têm autoridade para falar sobre determinados assuntos e são procuradas eventualmente, quando acontece algo fora do previsto e que necessite de uma opinião para auxiliar a compreensão por parte do público, bem como para legitimar a ação jornalística.

Outros teóricos utilizam termos distintos para classificar as fontes. Lage (2001), por exemplo, utiliza, entre outros termos, fontes “oficiais”, “oficiosas” e “independentes”. As primeiras são mantidas pelo Estado, ou por instituições que preservam algum poder do Estado. As segundas são ligadas a entidades ou indivíduos, porém, não têm autorização para falar em nome de quem são vinculadas. Por fim, o terceiro tipo de fonte é desvinculado de qualquer instituição ou indivíduo, que indica que pode ser considerada como fonte qualquer pessoa que muna o jornalista de informações sobre os mais distintos assuntos.

Outras classificações apresentadas por Lage (2001) são as fontes primárias e as secundárias. As fontes primárias dão base ao jornalista para que ele utilize o essencial de sua matéria, como fatos, números e versões. As fontes secundárias são importantes para o trabalho jornalístico na medida em que podem fornecer ajuda para a preparação de uma pauta ou podem ajudar a construir as premissas genéricas ou contextos ambientais. Lage (2001) explica melhor essas classificações da seguinte forma:

Suponhamos que se que escrever uma reportagem sobre um assunto específico – por exemplo, o plantio de cafezais nos terrenos montanhosos de uma região, com inclinação superior a 35 graus. As fontes primárias serão, naturalmente, os plantadores e seus agrônomos de campo. Mas, antes de partir para a apuração, será conveniente consultar as fontes secundárias, que podem ser funcionários de instituições de pesquisa agropecuária e apoio à agricultura, ou, eventualmente, economistas ou geógrafos (LAGE, 2001, p. 66).

Entre os já mencionados critérios de noticiabilidade, ou seja, parâmetros que fazem com que acontecimentos virem notícia, estão as fontes. No jornalismo, a posição que uma fonte ocupa, dentro de uma organização, pode ser determinante para que a reportagem desperte interesse junto ao público.

As redações têm, em suas agendas, o contato de fontes às quais recorrerem, para atender às necessidades das rotinas de produção. Isso possibilita legitimar e esclarecer informações o mais rápido possível. Estas são chamadas,

geralmente, de fontes oficiais, por terem amplo conhecimento sobre determinada área. E, de acordo com Traquina (1999), elas são constantemente acionadas porque atendem às dinâmicas organizativas das redações. Também é preciso mencionar que as fontes oficiais possuem credibilidade junto ao meio jornalístico e ao público. Assim, sua escolha é facilitada.

Como exemplifica Lage (2001), fontes oficiais são ligadas a instituições como o Estado, juntas comerciais e cartórios de ofício, empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc. Dentro dessas áreas de atuação, elas têm conhecimento e autoridade suficientes para informar.

As fontes oficiais são tidas como mais confiáveis e é comum não serem mencionadas: os dados que propõem são tomados por verdadeiros. Assim, acontece de citarmos a população de uma cidade brasileira sem mencionar que ela foi estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou divulgarmos o Produto Interno Bruto (PIB) sem nos referirmos à repartição que o calculou (LAGE, 2001, p. 63).

No jornalismo, existe uma certa controvérsia em relação à denominação de fonte que é dada a determinados profissionais. São os assessores de imprensa, que estão autorizados a se pronunciarem sobre acontecimentos que envolvam as instituições às quais pertencem. Em certa medida, a versão que eles apresentam sobre os fatos pode ser considerada como oficial. Entretanto, a polêmica com relação ao trabalho destes profissionais está no fato de eles serem, de certa forma, treinados para apresentarem a versão e o interesse de quem eles são subordinados. Caberá ao jornalista investigar, se quiser saber mais sobre os eventos.

Como aponta Lage (2001), muitos jornalistas entendem os assessores de imprensa como antagonistas da informação. Ou seja, no lugar de colaborar com o trabalho dos repórteres, assessores lançam mão de atitudes que podem maquiar determinada informação e induzir a condução da matéria, assim como a interpretação do público. “Um dos truques dos assessores de imprensa para influir na linha editorial dos jornais é indicar *experts* – sempre simpáticos e disponíveis -, que darão a quaisquer fatos a interpretação conveniente à instituição assessorada” (LAGE, 2001, p. 68).

Outro aspecto de grande relevância no contato entre jornalista e fonte diz respeito à confiança. Uma fonte precisa comprovar sua credibilidade, antes de o jornalista publicar alguma informação. Existem muitos alertas feitos na

bibliografia do jornalismo quanto ao cuidado que os jornalistas devem ter na relação com as fontes de informação. As fontes oficiais, como alerta Lage (2001), são as que, historicamente, mais falseiam a realidade. Essa postura de mentir visa a preservar interesses estratégicos e políticos, beneficiar grupos dominantes, através de corporativismo e de militância, em função das lutas pelo poder.

Fontes podem mentir, mas é de esperar que não mintam. Colocam-se aí duas questões: por que se conta que alguém preste informações a um estranho, se não ganha nada com isso? e por que confiamos que, decidida a responder, essa pessoa não inventará uma resposta qualquer? (LAGE, 2001, p. 54).

Ainda de acordo com Lage (2001), a confiança na relação repórter/fonte deve ser respectiva. Uma fonte precisa estar segura quanto às intenções do jornalista, pois, se ela se sentir ameaçada, a informação poderá ser comprometida.

II – A saturação do modelo americano e a emergência do jornalismo público

O caminho adotado historicamente pelo jornalismo aponta que este tem se mostrado como um guardião dos diversos setores da sociedade. Sua prática esteve sempre associada a uma busca de divulgar as questões de interesse comum. Entretanto, como campo dinâmico, o jornalismo também é caracterizado por sofrer mudanças no decorrer do tempo. Essas mudanças são novas visões ou formas de desenvolver a prática jornalística. Uma nova concepção sobre o fazer jornalístico, “um novo jornalismo”, surgiu no final dos anos 80, nos Estados Unidos, e sua criação é atribuída a Davis Merrit, editor-chefe do *Wichita Eagle*, da cidade de Wichita. Trata-se do jornalismo público, ou jornalismo cívico, vertente do jornalismo que ainda não tem, como veremos adiante, uma tradução, até o momento, bem definida no Brasil.

O jornalismo público surgiu após a interferência de pressões da sociedade como alternativa ao chamado modelo americano, definido por alguns como “cão de guarda”, ou seja, um jornalismo caracterizado pela busca de fatos e acontecimentos sensacionais, ou escândalos. Tal associação ficou mais latente após o caso *Watergate*, que foi decisivo para a queda do ex-presidente dos Estados Unidos Richard Nixon, no início dos anos 70. A atuação da imprensa, através de denúncias de irregularidades envolvendo Nixon, foi decisiva para o desfecho do caso. “Depois do caso *Watergate*, a norma jornalística tornou-se

‘apanhar ladrões’, e a relação simbiótica entre o jornalismo e o poder político desfez-se numa guerra total” (MERRIT² *apud* TRAQUINA, 2001, p. 178). Ainda de acordo com o autor, essa postura da imprensa ocasionou mais desconfiança por parte do público em relação ao trabalho dos jornalistas.

O cenário que marca o nascimento do jornalismo público, como já foi dito, é de uma desconfiança, por parte da população, em relação ao trabalho da imprensa. Tal descrença foi comprovada através de pesquisas que apontavam, entre outras coisas, uma diminuição nas vendas de jornais. Entretanto, os objetivos visados com a criação do jornalismo público não podem ser associados a questões financeiras, mas sim às dimensões sociais e comunitárias. Isso é justificado pelo fato de que as mesmas pesquisas também indicavam que os leitores ressentiam de publicações relacionadas às comunidades às quais pertenciam. De certa forma, a imprensa, normalmente, não se envolvia com as aflições vividas pela sociedade. Então, os jornalistas estariam diante do desafio de motivar os indivíduos a questionar e, assim, reagirem. Os cidadãos não apenas seriam espectadores dos dramas cotidianos. Outro fator decisivo para o surgimento dessa prática jornalística foi uma tentativa de motivação dos americanos para votarem, visto que nos Estados Unidos o voto é facultativo. Diante dessas necessidades, foi constatado que era preciso a criação de um movimento que fizesse uma releitura do jornalismo. “Para este movimento, não há dúvidas de que o jornalismo estava em crise, bem como a democracia” (TRAQUINA, 2001, p. 172).

Via-se, portanto, a necessidade de o jornalismo se engajar mais em questões de cunho social, visando promover a cidadania, na medida em que investisse na difusão do debate público. Este novo conceito de jornalismo, diferentemente do que acontecia até então, não surgiu com a intenção de apenas explorar as aflições humanas. O jornalismo público tem como característica não somente mostrar os problemas, mas buscar indicar possíveis soluções. Os jornalistas transformam-se, de certa forma, em parceiros da comunidade, com o intuito de procurar soluções para problemas comuns, e seriam encorajados “a animar de novo a nossa profissão demolida e errante e assegurar aos cidadãos preocupados com a viabilidade da vida pública que essa mesma vida pública também pode ser reanimada” (MERRIT *apud* TRAQUINA, 2001, p. 172).

O jornalismo, assim, assemelha-se à condição que marcou o nascimento da imprensa moderna, ou seja, um campo no qual os indivíduos discu-

2 MERRITT, Davis. **Public Journalism and the Public Life: Why Telling the News is Not Enough**. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1997.

tem as questões que afligem seu cotidiano. De certa forma, o jornalismo pode promover um revigoramento da esfera pública.

Numa sociedade de indivíduos dispersos e abarrotados com informação descontextualizada, uma vida pública efetiva precisa ter uma informação relevante que é partilhada por todos, e um lugar para discutir as suas implicações. Do mesmo modo, a vida pública efetiva requer a atenção e o envolvimento de cidadãos conscienciosos, que só eles podem providenciar. Por outro lado, se as pessoas não são interessadas na vida pública, eles não têm qualquer necessidade dos jornalistas nem do jornalismo (MERRIT apud TRAQUINA, 2001, p. 177).

No Brasil, a compreensão de qual vem a ser a função do jornalismo público ainda não se definiu. Ou, conforme indica Silva (2002, p. 2), “o jornalismo público ainda não encontrou, no Brasil, uma tradução definitiva”. Aqui, verifica-se uma forma de prática do jornalismo público que não é uma mera cópia da que é utilizada nos Estados Unidos, pois os primeiros movimentos surgem com características próprias. Sobre isso, Silva IANNI(2002) esclarece que o modelo brasileiro não foi criado com a intenção de configurar-se como uma categoria de jornalismo, diferentemente da proposta norte-americana. Isso talvez seja um reflexo da falta de uma definição clara ou exata dessa vertente jornalística no Brasil.

Equívocos ou visões distorcidas à parte, o fato é que a prática do jornalismo público é crescente no país, como será mostrado a seguir. Este crescimento vem acompanhado de um aumento do trabalho de entidades interessadas nas questões de interesse público, que buscam levar à mídia suas ações. Além disso, é necessário mencionar ações, de caráter de jornalismo público, desenvolvidas por alguns dos principais veículos de comunicação brasileiros. Como exemplos, podemos citar a **Veja**, a **Folha de S. Paulo** e as **Organizações Globo**. Mesmo assim, grande parte dos veículos de comunicação de massa brasileiros não se declara praticante do jornalismo público. Para Martins (2002), isso caracteriza um desconhecimento dessa categoria como um campo específico, ou ainda a ausência de algo programático, com presença nas políticas editoriais dos veículos de comunicação.

Enquanto o campo não se define de forma plena, as inserções de notícias de cunho social ficam esporádicas ou resumidas a algumas retrancas em reportagens maiores. Mas, entre os veículos de comunicação do Brasil, podemos citar, como praticantes do jornalismo, de forma declarada e com espaço definido, a **TV Cultura**, de São Paulo, e o jornal **Correio Braziliense**, de

Brasília. Estas mídias desenvolvem, há alguns anos, trabalhos de destaque nessa área ainda em fase de consolidação no jornalismo nacional. Também pode ser citado o caderno **Prazer EM Ajudar**, do jornal **Estado de Minas**, que pratica jornalismo público institucional.

No caso brasileiro, independente da definição bem clara de suas ações, um dado de grande relevância, sobre os caminhos trilhados pelo jornalismo público, comprova seu crescimento e dá uma dimensão do que ele pode vir a ser. De acordo com a 12ª Pesquisa Infância na Mídia³, entre 1997 e 2003, a cobertura da mídia impressa sobre crianças e adolescentes cresceu 608%. Ainda de acordo com a pesquisa, em 1997, 24,2% do espaço dos veículos impressos eram dedicados a temáticas sociais. O levantamento indica que subiu para 45,97% as editorias que abordam esse tema.

No **Estudo do jornalismo no século XX**, o autor Nelson Traquina apresenta o jornalismo público com a seguinte indagação: “reforma ou revolução?”. O fato é que esta modalidade ainda se molda, e precisa, entre outras coisas, conquistar o posto consolidado por algumas especializações, ou editorias, tais como esportes, política, economia etc.

Há muitas críticas e ressalvas feitas ao jornalismo público. Uma delas entende que se trata apenas de uma jogada de *marketing*, que visa somente a interesses mercantis. Outras questionam a sua própria forma de atuação, que ainda apresenta algumas margens de questionamento. Mesmo assim, de acordo com Traquina (2001), este movimento é tido como o mais importante do jornalismo norte-americano nos últimos 30 anos.

III – Considerações finais

Pode-se afirmar que é impossível para os veículos de comunicação conseguir relatar os todos os acontecimentos diários. A partir de tais considerações, vê-se necessária a implantação dos critérios de noticiabilidade, como ferramentas indispensáveis para a escolha dos fatos que são realmente interessantes para os jornalistas. A adoção de critérios de seleção leva em conta, sobretudo, o aspecto mercantil da notícia, ou seja, são escolhidas aquelas que tendam a despertar mais interesse junto ao público que vai consumi-las.

3 Pesquisa realizada pela Agência Nacional dos Direitos da Infância (Andi). A Andi é uma organização não-governamental que analisa a abordagem que a imprensa faz sobre assuntos que envolvem crianças.

Uma outra justificativa para a adoção de tais critérios está no fato de que as empresas jornalísticas precisam ordenar seus trabalhos, de modo a conseguir desenvolver suas atividades, mesmo com a “tirania” imposta pelo fator tempo. Nunca é demais lembrar que a proximidade temporal é um aspecto que ajuda a vender notícia. Dessa forma, ao estabelecer uma rotina baseada em critérios de seleção, os trabalhos tendem a ser mais eficientes. Isso é fundamental para as empresas jornalísticas, pois, nos dias de hoje, percebe-se um “enxugamento” das redações, ou seja, muitos veículos estão reduzindo o número de funcionários. Cada vez mais, é preciso cobrir os fatos diários contando com menos profissionais e, conseqüentemente, em menos tempo.

Apesar de fundamentais para a atividade do jornalista, os critérios de noticiabilidade podem se mostrar falhos no que diz respeito a informar. Devido às exigências que são feitas sobre os potenciais fatos jornalísticos, muitos acabam sendo descartados por não alcançarem o *status* de acontecimento jornalístico. Assim, em uma primeira análise, fatos importantes podem ser ignorados.

Outro ponto relevante neste trabalho diz respeito à dinâmica pela qual o campo da comunicação passa ao longo de suas existências. Com uma certa frequência surgem novas formas de se desenvolver a atividade jornalística. Muitas delas são impostas por questões como queda na venda de jornais, ou mesmo mudanças nos hábitos dos leitores. Isso faz com que as empresas jornalísticas sejam obrigadas a criar formas de atrair consumidores para suas notícias. Um exemplo é o surgimento do jornalismo público, que emerge com características distintas do jornalismo praticado tradicionalmente e como forma de tentar resgatar a credibilidade de um jornal junto a seus leitores.

Ainda é cedo para afirmar que o jornalismo público vá ser uma alternativa ao jornalismo tradicional, devido às observadas na produção dos modelos. A opção mais viável não seria nem a continuação do padrão tradicional, nem o estabelecimento do jornalismo público, mas a busca de um meio termo entre as diferentes formas de se praticar o jornalismo. Não sendo uma alternativa plena ao jornalismo tradicional, o jornalismo público, certamente, poderá fazer com que as empresas de comunicação repensem alguns dos conceitos que orientam seus trabalhos.

Referências bibliográficas

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: 5. ed. rev. e aum. São Paulo: Ática, 1991.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2001.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: UnB, 1996.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

_____. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Veja, 1993.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo Público**: o social como valor-notícia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.

TRAQUINA, Nelson. As Notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Veja, 1999.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

12ª Pesquisa infância na mídia. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/aprendiz/n_revistas/revista_educacao/agosto02/aprendiz.htm>. Acesso em: 25 de maio 2005.