

GUSTAVO BUSS CEZAR

**AS NOTÍCIAS E SEUS CRITÉRIOS NA PERSPECTIVA DA REDE**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS.

Orientador: Profa. Dra. Mágda R. Cunha

Porto Alegre

2014

GUSTAVO BUSS CEZAR

**AS NOTÍCIAS E SEUS CRITÉRIOS NA PERSPECTIVA DA REDE**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS.

BANCA EXAMINADORA

---

Profª. Dra. Viviane Borelli

---

Prof. Dr. Demétrio de Azeredo Soster – UNISC

---

Profª. Dra. Luciana Mielniczuk – UFRGS

---

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva – PUCRS

---

Prof. Dra. Mágda R. Cunha – PUCRS

## Catálogo na Publicação

C425n Cezar, Gustavo Buss  
As notícias e seus critérios na perspectiva da rede /  
Gustavo Buss Cezar. – Porto Alegre, 2014.  
197 p.  
  
Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação Social,  
PUCRS.  
Orientadora: Profa. Dra. Mágda R. Cunha  
  
1. Jornalismo. 2. Notícias (Jornalismo). 3. Narrativa  
Paralela. 4. Internet. I. Cunha, Mágda R. II. Título.

CDD 070.43

Bibliotecária responsável: Salete Maria Sartori, CRB 10/1363

*A Martina.*

## **AGREDICIMENTOS**

Pelo amor incondicional de meus pais e tudo mais que  
em palavras não sei dizer.

Pela parceria de irmão do meu irmão.

Pela imprescindível presença da minha irmã sempre que eu mais preciso.

Pela lealdade e carinho dos meus cunhados.

Ao Paulo, pela parceria em todos os momentos e tudo mais.

Pela confiança de minha orientadora de mestrado e doutorado, Mágda Cunha.

Por todos os espaços e pessoas que de algum modo me impulsionaram.

A Deus.

The best way to predict the future is to  
**create it.**  
P.D.

## RESUMO

Uma hipótese comum, que se tem, quando se pensa sobre o jornalismo, no atual contexto de fluxo informacional, estabelecido na rede, é que ele encontra-se modificado e devidamente ajustado a esta dinâmica. No fluxo da rede, as informações parecem desprendidas do jornalismo e, com a narrativa paralela o jornalismo, deixou de ser a única voz ouvida. Com o redimensionamento do tempo e do espaço, questionamo-nos o quanto o jornalismo estaria diferente neste ambiente, especificamente, os critérios de noticiabilidade como aferidores dessa transformação. Assim, estabelecemos, para a presente tese, os critérios de noticiabilidade como objeto de estudo e, desse modo, eles são tidos como referencial e base para compreender o jornalismo e as notícias na perspectiva da rede. Os critérios de noticiabilidade foram identificados e teorizados sob um contexto social, cultural e tecnológico bastante distinto do atual, dessa forma, faz-se a relevância deste estudo, revê-los no contexto da rede. Viabilizamos o estudo com uma base metodológica de análise das notícias de 10 agências de notícias selecionadas, afim de identificar os critérios de noticiabilidade presentes em seu conteúdo. Os nossos resultados de pesquisa, diferentemente do que esperávamos no início de nosso estudo, fazem-nos pensar no jornalismo como um organismo vivo e oxigenado e atento ao seu entorno, estabelecendo trocas constantes, ao mesmo tempo, observamos que preserva sua identidade, inclusive ao que tange os critérios de noticiabilidade.

Palavras-chave: jornalismo; notícias; critérios de noticiabilidade; rede; narrativa paralela.

## **ABSTRACT**

A common hypothesis when thinking about journalism in the current context of information flow, established in the network, is that it is properly adjusted and modified to this dynamic. In the internet flow, information seem detached from journalism, and due to the parallel narrative, journalism is no longer the only voice heard. With the scaling of time and space, we wonder how journalism would be different in this environment, specifically, the newsworthiness criteria as sealer of this transformation. Thus, we have established for this thesis, the newsworthiness criteria as an object of study and have as a reference and basis for understanding journalism and news from the perspective of network. Newsworthiness criteria were identified and theorized in a social, cultural and technological quite different from their current, so it makes the relevance of this study, review them in the context of the network. We make it studying with a methodological base of analyzing the news of 10 selected news agencies in order to identify the newsworthiness criteria present in their content. Our research results, unlike what we expected at the beginning of our study make us think of journalism as a living, oxygenated and aware of your surroundings organism, establishing constant changes at the same time, we observed that preserves its identity and newsworthiness.

Keywords: journalism; news; newsworthiness; network; parallel narrative.

## LISTA DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1: O jornalismo diamante proposto por Bradshaw (2007) .....                           | 26  |
| Figura 2: Lista de Critérios de Noticiabilidade proposta por Braun (2009) .....              | 40  |
| Figura 3: Processo sincrético da constituição das notícias segundo Sousa (2002) .....        | 63  |
| Figura 4: Esquema de classificação dos acontecimentos (1974) .....                           | 72  |
| Figura 5: A cadeia de comunicação das notícias (1965) .....                                  | 75  |
| Figura 6: Número de notícias recebidas, aproveitadas e descartadas (1964) .....              | 85  |
| Figura 7: Razões de seleção de notícias .....  | 86  |
| Figura 8: Rede, informação e jornalismo .....  | 110 |
| Figura 9: Imagem de matéria analisada, endereçada pelo Twitter da agência AjEnglish<br>..... | 129 |
| Figura 10: Ilustração da localização Global (CNN) .....                                      | 178 |
| Figura 11: Sobreposição dos Critérios de Noticiabilidade (Reuters Brasil) .....              | 181 |

## TABELAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabela 1: Critérios de noticiabilidade teorizados por Wolf e Luhmann (2005),<br>organizado por nós ..... | 59  |
| Tabela 2: Número de notícias por agências (%) .....  | 132 |
| Tabela 3: Formato de Notícias .....  | 133 |
| Tabela 4: 10 Localizações mais frequentes (%) .....  | 134 |
| Tabela 5: 10 Categorias tematizadas mais frequentes .....  | 135 |
| Tabela 6: Critérios de noticiabilidade (%) .....   | 136 |
| Tabela 7: Tipos de Notícias (afp) .....  | 137 |
| Tabela 8: 10 Localizações mais frequentes (afp) (%) .....  | 137 |
| Tabela 9: 7 Categorias tematizadas mais frequentes (afp) (%).....  | 138 |
| Tabela 10: Critérios de Noticiabilidade (afp) (%).....   | 139 |
| Tabela 11: Tipos de Notícias (aljazeera) .....   | 140 |
| Tabela 12: 10 Localizações mais frequentes (aljazeera) (%) .....   | 141 |
| Tabela 13: 10 Categorias tematizadas mais frequentes (aljazeera) (%) .....                               | 142 |
| Tabela 14: Critérios de Noticiabilidade (aljazeera) (%) .....  | 143 |
| Tabela 15: Tipos de Notícias (ap) .....  | 144 |
| Tabela 16: 10 Localizações mais frequentes (ap) (%) .....  | 145 |
| Tabela 17: 10 Categorias tematizadas mais frequentes (ap) (%) .....                                      | 146 |
| Tabela 18: Critérios de Noticiabilidade (ap) (%) .....   | 147 |
| Tabela 19: Tipos de Notícias (cnn) .....   | 148 |
| Tabela 20: 7 Localizações citadas (cnn) (%) .....  | 148 |
| Tabela 21: 7 Categorias tematizadas citadas (cnn) (%) .....  | 149 |
| Tabela 22: Critérios de Noticiabilidade (cnn) (%) .....  | 150 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabela 23: Tipos de Notícias (dwbrasil) .....                            | 150 |
| Tabela 24: 2 Localizações citadas (dwbrasil) (%) .....                   | 151 |
| Tabela 25: 2 Categorias tematizadas citadas (dwbrasil) (%) .....         | 151 |
| Tabela 26: Critérios de Noticiabilidade (dwbrasil) (%) .....             | 152 |
| Tabela 27: Tipos de Notícias (efe) .....                                 | 153 |
| Tabela 28: 10 Localizações mais frequentes (efe) (%) .....               | 153 |
| Tabela 29: 10 Categorias tematizadas mais frequentes (efe) (%) .....     | 154 |
| Tabela 30: Critérios de Noticiabilidade (efe) (%) .....                  | 155 |
| Tabela 31: Tipos de Notícias (g1) .....                                  | 156 |
| Tabela 32: 8 Localizações citadas (g1) (%) .....                         | 156 |
| Tabela 33: 10 Categorias tematizadas mais frequentes (g1) (%) .....      | 157 |
| Tabela 34: Critérios de Noticiabilidade (g1) (%) .....                   | 158 |
| Tabela 35: Tipos de Notícias (nbcnews) .....                             | 159 |
| Tabela 36: 7 Localizações citadas (nbcnews) (%) .....                    | 159 |
| Tabela 37: 7 Categorias tematizadas citadas (nbcnews) (%) .....          | 160 |
| Tabela 38: Critérios de Noticiabilidade (nbcnews) (%) .....              | 161 |
| Tabela 39: Tipos de Notícias (reuters) .....                             | 162 |
| Tabela 40: 10 Localizações mais frequentes (reuters) (%) .....           | 162 |
| Tabela 41: 10 Categorias tematizadas mais frequentes (reuters) (%) ..... | 163 |
| Tabela 42: Critérios de Noticiabilidade (reuters) (%) .....              | 164 |
| Tabela 43: Tipos de Notícias (reutersbr) .....                           | 164 |
| Tabela 44: 8 Localizações citadas (reutersbr) (%) .....                  | 165 |
| Tabela 45: 9 Categorias tematizadas citadas (reutersbr) (%) .....        | 166 |
| Tabela 46: Critérios de Noticiabilidade (reutersbr) (%) .....            | 166 |

## SUMÁRIO

|   |            |
|---|------------|
| <b>INTRODUÇÃO: OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE EM UM NOVO TEMPO .....</b>                                     | <b>13</b>  |
| <b>CAPÍTULO I:</b>  |            |
| <b>O JORNALISMO NA GEOGRAFIA VIRTUAL CONTEMPORÂNEA .....</b>  | <b>23</b>  |
| <b>CAPÍTULO II:</b>   |            |
| <b>TEORIA FUNDAMENTAL .....</b>   | <b>36</b>  |
| <b>CAPÍTULO III:</b>  |            |
| <b>A SISTEMÁTICA DA REDE E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE ....</b>   | <b>46</b>  |
| <b>CAPÍTULO IV:</b>   |            |
| <b>A COREOGRAFIA DOS ACONTECIMENTOS, UMA OUTRA DIMENSÃO NARRATIVA E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE .....</b> | <b>61</b>  |
| <b>CAPÍTULO V:</b>  |            |
| <b>O JORNALISMO NA ERA DAS REDES SOCIAIS E A NARRATIVA PARALELA .....</b>                                     | <b>102</b> |
| <b>CAPÍTULO VI:</b>   |            |
| <b>DESENHO METODOLÓGICO .....</b>   | <b>124</b> |

CAPÍTULO VII:

**LEITURA DOS RESULTADOS .....131**

CAPÍTULO VIII:

**SOBRE OS RESULTADOS .....167**

CAPÍTULO IX:

**REFLEXÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS .....183**

**REFERÊNCIAS .....190**

## **INTRODUÇÃO: OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE EM UM NOVO TEMPO**

A pertinência do presente estudo está alicerçada na necessidade teórica de um mapeamento dos critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo em rede. Estes já são conhecidos e teorizados, e foram estabelecidos sobre a estrutura espaço-temporal do jornalismo impresso. Faz-se, então, imprescindível conhecer aqueles que são vigentes na rede, como forma de atualização e construção científica de conhecimento sobre as teorias do jornalismo.

A partir de uma descentração teórica dos critérios de noticiabilidade postulados em teorias diversas da comunicação – especificamente em literaturas analíticas do jornalismo –, voltamo-nos a sua constituição em uma perspectiva contemporânea renovada e cotidiana. A ambivalência social pós-moderna é superlativada no tocante tecnológico, o que incita rever teorias dadas e o contexto coetâneo sob uma nova angulação. Inspira-nos o questionamento da conservação de teorias impressas noutras épocas, fazendo-o para este estudo concernente aos *critérios de noticiabilidade*. Todavia – até o momento –, não saíram publicadas pesquisas acadêmicas que se detivessem sobre quais os critérios de noticiabilidade que vigoram na especificidade da rede (se há) ou ao menos uma flexão entre eles no contexto da rede. Faz-nos, pois, essencial uma desconstrução teórica dos referidos critérios aliada à fragmentação referente à estrutura da rede. Quando propomos uma desconstrução teórica, consideramos que seja o mesmo que clamar por uma releitura do que há postulado na literatura jornalística. A singularidade da pesquisa é reflexo da

perspectiva de observância de nosso objeto, para o qual sugerimos construir em consonância a sua forma – particularmente, a rede.

Há postulados, nos estudos em jornalismo, critérios utilizados para a publicação de notícias, cuja teoria data de um período anterior ao uso da internet, como conhecemos hoje. Tais critérios foram pensados e construídos para o jornalismo impresso e sob a sua perspectiva analógica. Dessa forma, inquieta-nos a ideia de que o jornalismo não tenha transformado a sua lógica de fabricar notícias, quando relacionamos tal pensamento aos atuais adventos tecnológicos e às formas de consumo. A seleção de notícias ainda é atrelada ao pensamento analógico do jornal impresso, no qual a relação tempo/espaço é particular a esse suporte: a periodicidade e a atualização ocorrem uma vez ao dia, mesmo que o seu sistema atualize-se constantemente. O espaço físico para veiculação de notícias é o tamanho do próprio jornal em si.

Diferentemente, na rede, há possibilidade de atualização constante, em tempo real e sem implicação (limitação) de espaço. O parâmetro é, então, mais o tempo que o espaço, e este é de fluxo. Não se trata de uma percepção reducionista, segundo a qual os critérios de noticiabilidade limitar-se-iam apenas à relação espaço/tempo. Apontamos esse aspecto, no entanto, como um fator preponderante; sendo que há o viés humano e social atuando sobre os parâmetros para definir o que é noticiável.

A interatividade inerente à internet pode ser outro fator condicionante aos critérios de noticiabilidade específicos a esse ambiente. Vigora, entre estudiosos contemporâneos, a ideia de que, na rede, todos têm potencial para produzir e receber informações/notícias. A tecnologia móvel mostra-se um forte aliado para tal prática. Assim, exige-nos uma atenta observação, tanto sobre os profissionais de jornalismo, que produzem notícias para veiculação na internet, quanto para os leitores que, ao

mesmo tempo, produzem informações por meio de suas redes virtuais – de forma descomprometida com a prática do jornalismo.

Nosso comprometimento com a pesquisa sobre os critérios de noticiabilidade vem desde o interesse pelo tema na graduação, concretizando-se, posteriormente, em uma dissertação de mestrado intitulada “Os critérios de noticiabilidade: uma releitura frente à nova relação espaço-temporal da sociedade em rede”. Esta tese é, de certa forma, uma extensão complementar de nossa pesquisa, quando, aqui, observamos os critérios de noticiabilidade em um ambiente novo, a rede. Este estudo é fruto de uma necessidade em alargar nosso conhecimento sobre os critérios, flexionando-os sob diversos motrizes. Dessa forma, a partir de nossa dissertação, semeamos a introdução da presente tese e demarcamos a evolução de nossa trajetória de pesquisa.

Nossa dissertação buscou evidenciar as modificações dos critérios de noticiabilidade desde a sua concepção até o presente, levando em consideração a relação espaço/temporal da sociedade em rede. O aspecto transacional de aparatos e a relação espaço/tempo foram tomados como fatores determinantes para essa modificação. Tendo verificado as nuances conceituais dessas transformações, estabelecemos como objeto de pesquisa, para tese de doutorado, e como continuidade de estudo, o mapeamento dos critérios de noticiabilidade na rede. É, portanto, um objeto concebido como uma progressão de características das mídias na transição entre o paradigma analógico e digital.

É uma constante, em pesquisas de minha autoria, tencionar os critérios de noticiabilidade sob diversas perspectivas, ora política, aspectos culturais, sociais, econômicos, tecnológicos, em momentos de crise (o que mais se noticia), em momentos de euforia social (final de ano), eventos globais de música, esporte... E, o jornalismo acompanha, como nenhuma outra instituição, todas as oscilações sociais,

urbanas, rurais, naturais, artificiais e intergalácticas. Dessa forma, jornalismo, notícias e critérios de noticiabilidade são sementes de um mesmo fruto, e, quando analisadas as notícias, estamos falando de critérios de noticiabilidade e de jornalismo. O jornalismo é próprio uma entidade que se encontra totalmente permeada por fatores externos a si, sendo uma característica de sua sobrevivência, manutenção e atualização, o mesmo que o oxigênio e a faísca.

A beleza do jornalismo consiste no retrato ilustrado sobre a observação de mundo, representada em notícias sobre nada mais nada menos que informações de interesse aos seres humanos letrados e não letrados, com muita ou pouca cultura, de uma ou outra cultura, de inúmeros idiomas, endereçadas a pessoas como se fossem todas capazes de compreender o seu conteúdo, evidência de uma prática social importante, neutra (pró-informação, comprometida com a informação em primeiro lugar) e oxigenada. É impossível pensar o mundo (em ampla perspectiva filosófica e prática de mundo) sem o jornalismo, assim como, também, por exemplo, sem médicos, pois é a prática vital para estruturar sociedades organizadas.

Sim, o jornalismo é um dos pilares fundamentais para a organização social, é agregador, promove a coesão social, incita a verdade e a transparência. Se assim não o for, está em maus comandos ou dentro de uma sociedade atrasada, corrompida e mal administrada. Lógico, sabemos que o jornalismo já foi bastante usado como ferramenta da má política, já foi das trevas, ou seja, acompanhou as oscilações de cada tempo. Provavelmente, ainda ocorra em algum lugar, mesmo quando caminhamos em época de transparência e otimismo como o que ocorre hoje.

O jornalismo é, também, um negócio (de produção e venda de notícias e conteúdo), visa ao lucro financeiro, logo, sua prática é vulnerável às oscilações de mercado. Ao mesmo tempo em que se idealiza um jornalismo de práticas semelhantes

independente de geografia, cultura, política, economia, religião, acreditamos que cada sociedade tem o jornalismo que merece e que pode (suporta) ser praticado naquele lugar, tempo e contexto.

Quando observamos o jornalismo e centralizamos nosso olhar sobre os critérios de noticiabilidade, desenha-se um retrato bastante fiel sobre o jornalismo em suas diversas camadas. Paradoxalmente, quase como uma trivía de quem nasceu primeiro, o ovo ou a galinha, as sociedades são reflexos de suas notícias, ou as notícias são reflexos de suas sociedades; ou, o jornalismo é reflexo de suas notícias ou o contrário. A resposta para este jogo está na troca equilibrada entre as sociedades e o jornalismo e entre a notícia e jornalismo e o jornalismo e a notícia.

Porém, todo sistema em equilíbrio está suscetível ao desequilíbrio, desbalanço, ruptura, transformação, o que força as modificações que observamos no jornalismo com o passar do tempo, modificações de ordens diversas: organizacionais (formas em que se estabelecem as empresas jornalísticas), hierárquicas (horizontalização das figuras produtoras de notícias), na coleta de informações (observação remota dos acontecimentos, jornalistas são leitores dos acontecimentos, não sendo mais exigida a observação *in loco*), textual (do nariz de cera até a estrutura observada hoje), distribuição e consumo (textos noticiosos direcionados a leitores predeterminados e para plataformas específicas de consumo).

Mesmo com exemplos ainda iniciais de um jornalismo mecanizado (*softwares* produtores de notícias), o jornalismo hoje é uma prática humanista, subjetiva e feita por indivíduos sociais crivados de crenças e valores pessoais e, sendo o jornalismo, feito por pessoas, assume características de um organismo vivo, resiliente e mutante. Reside neste ponto o questionamento central de nossa tese: o grau de mutabilidade do jornalismo com o passar do tempo (e *todos* os fatores mencionados que acompanham

o *passar do tempo*). As modificações do jornalismo podem ser aferidas de inúmeras maneiras, a nossa escolha está na observação dos critérios de noticiabilidade, concebendo-os como parte indissociável do jornalismo, como essência e semente de sua prática. Em uma primeira análise, superficial, empírica e sem comprometimento teórico e metodológico, muitos seriam os indícios de que o jornalismo de hoje – hiperconectado –, em uma sociedade altamente tecnológica e conectiva, estaria profundamente modificado. Estabelecendo uma breve e rústica linha do tempo do jornalismo comercial e lucrativo, tendo início a partir da Guerra Civil Americana, em 1861, o qual se acha ainda hoje em vigor, o que teria mudado? Este questionamento será igualmente pertinente e válido se feito daqui 10 ou 100 anos e quando analisado sobre um mesmo aferidor, como os critérios de noticiabilidade, por exemplo?

Temos o jornalismo como um sistema alicerçado pelos critérios de noticiabilidade, estando impressos matricialmente em seu conceito de produtor de notícias, é parte indissociável, uma vez que o jornalismo duela constantemente com o que é ou deixa de ser notícia ou noticiável.

Em 2008, quando iniciamos nossa pesquisa de mestrado, queríamos compreender os critérios de noticiabilidade do jornalismo impresso sob uma perspectiva renovada, isto é, o sistema dentro do atual contexto espaço/temporal de rede, para identificar até que ponto a sociedade em rede (ampla concepção de sociedade em rede) modifica o labor do jornalismo impresso, bem como, motivados em aproximar a teoria e a prática. Obtivemos resultados que motivaram para que esta tese acontecesse. Garantimos desde lá que os jornalistas organizam-se em concordância à lógica do sistema, mesmo não traduzindo objetivamente os critérios de noticiabilidade utilizados, vemos presentes em todo o processo de construção da notícia. Além disso, nosso estudo subsidiou o entendimento de que o jornalismo é um

sistema e que os critérios de noticiabilidade são, de fato, os indicadores pelo quais este guia-se, como se houvesse uma consciência coletiva em consonância a esses critérios (desprendidos de teorias). Em um momento anterior à referida pesquisa, pré-julgamos, e estabelecemos como hipótese, que o sistema e, conseqüentemente, os critérios de noticiabilidade (especificamente no jornalismo impresso) estariam modificados sob a influência da perspectiva de rede.

A estrutura temporal de distribuição das notícias 24h/7d (lógica da rede) não influencia o jornalismo impresso a ponto de modificar suas matrizes, visto que mantém sua lógica temporal e autorreferente, caindo sobre a demanda de fluxo da rede todos os ensejos de mudanças do jornalismo e dos critérios de noticiabilidade. O fluxo de notícias em rede não foi identificado como um fator modificador sobre, especificamente, os critérios de noticiabilidade do sistema analisado, diferente do que esperávamos. Mesmo assim, propusemos imaginar uma perspectiva renovada para o jornalismo em novos espaços de distribuição de informações, onde as notícias desprender-se-iam da exigência de instrumentos e suportes pré-estabelecidos para existir. Estaria, no fluxo virtual da rede, a lógica e o espaço para tal desprendimento, o que culminaria, conseqüentemente, em profundas transformações sobre o jornalismo? Outro questionamento nascido do referido estudo, e que trouxemos para a centralidade da presente tese, reside em observar como se comportam ou se apresentam os critérios de noticiabilidade concebidos do jornalismo impresso, postos em um meio virtual e disruptivo.

Estabelecendo um diálogo entre os dois estudos de minha autoria, o amadurecimento gerado pelo longo caminho de pesquisas, temos elucidado muitos de nossos questionamentos sobre os critérios de noticiabilidade, flexionados sob inúmeras e variadas interferências. Porém, muitos não são todos,

o que garante que esta tese seja apenas um degrau para a construção de um conhecimento maior e mais abrangente sobre o jornalismo e seus critérios de noticiabilidade.

Uma avançada busca no Google por “critérios de noticiabilidade” evidencia como são poucos os estudos dedicados aos critérios de noticiabilidade (recorrendo a um vasto banco de dados acadêmicos, como o Periódicos, BOCC, etc.). São intrínsecos e indissociáveis os critérios de noticiabilidade quando o assunto é jornalismo e notícia, sendo de suas características mais primárias, basais e matriciais; quando compreendendo sobre os critérios de noticiabilidade entende-se muitos porquês do jornalismo. Assim, o eixo ou o problema central de nossa tese está associado à inexistência de um mapeamento dos critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo em rede.

O que conduz à formulação do referido problema, qual seja descortinar os critérios de noticiabilidade aplicáveis à lógica da rede, estes formulados a partir do jornalismo impresso. Para isso, propomos uma metodologia que viabilize observar os critérios de noticiabilidade a partir da análise do conteúdo das notícias de 10 agências nacionais e internacionais de notícias. Nosso objetivo é verificar se os critérios de noticiabilidade teóricos existentes são aplicáveis ao jornalismo na rede; bem como, identificar se existem e quais são os novos critérios de noticiabilidade que vigoram especificamente sob a perspectiva do jornalismo na rede. Paralelamente, algumas hipóteses foram construídas, considerando, por exemplo, que os critérios de noticiabilidade aplicados à rede se distanciam dos utilizados sob a perspectiva teórica; que as notícias, na rede, apresentam grande diversidade de temas noticiosos; os critérios de noticiabilidade teóricos existentes e aplicáveis à rede podem apresentar

modificações conceituais e a arquitetura aberta da internet constitui critérios de noticiabilidade que lhe são particulares.

Para atender essa demanda foram necessários cinco capítulos teóricos; é, no Capítulo I: O jornalismo na geografia virtual contemporânea, que partimos para o desafio de construir uma tese de doutorado, neste, posicionamos o jornalismo sob uma perspectiva atualizada, com o intuito de flexioná-lo com o atual contexto social e tecnológico em um nível bastante abrangente.

No capítulo II: Teoria fundamental, detemo-nos em fazer uma varredura teórica sobre os critérios de noticiabilidade e suas especificidades. Além de servir de embasamento para a pesquisa, dedicamo-nos, nele, em conhecer a fundo os critérios de noticiabilidade.

No capítulo III: A sistemática da rede e os critérios de noticiabilidade, foi necessário tratar de compreender a lógica da rede, sua estrutura e organização e aproximar deste contexto os critérios de noticiabilidade.

No capítulo IV: A coreografia dos acontecimentos, uma outra dimensão narrativa e os critérios de noticiabilidade, mais uma vez, tencionamos os critérios de noticiabilidade voltado para o fluxo dos acontecimentos ou, como chamamos, a sua coreografia. Abordamos, também, as dimensões narrativas do jornalismo, sendo a base para o último capítulo teórico de nossa tese.

No capítulo V: O jornalismo na era das redes sociais e a narrativa paralela, é onde apuramos e pontuamos o jornalismo na era das redes sociais, trazemos uma revisão bastante analítica e atualizada sobre este tema. É neste fragmento, complementar aos demais capítulos, que introduzimos a nossa percepção de narrativa

paralela, na qual é feita uma importante distinção entre as diversas vozes do fluxo informacional e noticioso que percorrem a rede.

## **CAPÍTULO I: O JORNALISMO NA GEOGRAFIA VIRTUAL CONTEMPORÂNEA**

Se estamos nos defrontando com modificações no jornalismo, em sua mais ampla estruturação e realização, não as absorvemos como um processo de entropia e desmoronamento, mas como ideia da transformação de um sistema vivo e oxigenado movido por contextos externos a si e, ao mesmo tempo, determinantes para a sua sobrevivência. Em uma primeira perspectiva de análise, cabem infindáveis questionamentos que nos levam ao necessário diagnóstico do objeto: o jornalismo é consolidado a partir de processos nutridos umbilicalmente de lógicas estruturantes e fundamentais para estabelecer-se configurado como o observamos. Podemos aferir que o jornalismo é um sistema autônomo, vivo e mutante, o qual reage a fatores externos, normatizações e procedimentos relacionados aos suportes tecnológicos, reconfigurando-se em tempo próprio. Outra tangente importante é quanto a “territorialidade e lutas políticas na esfera pública [que] orientam a reflexão sobre a necessidade de reinvenção de práticas jornalísticas capazes de reafirmar o jornalista como mediador social e não apenas como tecnólogo de discursos” (GISLENE SILVA ET AL, 2011, p. 9).

O jornalismo vem acomodando-se em um espaço que não é medido em quilômetros geográficos tangíveis de distribuição e em um tempo marcado por segundos determinantes no fluxo informacional. Somam-se questionamentos sobre a legitimidade da mediação histórica da imprensa<sup>1</sup> em um estado de mundo-fonte, onde

---

<sup>1</sup> Neste estudo, não consideramos as possíveis distinções teóricas, necessário para estudos específicos, sobre imprensa, mídia ou meios de comunicação, sendo tratados como sinônimos para qualquer veículo/suporte de comunicação que carregue informação e notícia.

a tecnologia e a lógica de estruturação da rede viabilizam a descentração de produção e disseminação informacional. A inserção de novos atores sociais nos discursos jornalísticos garante e influencia a diversidade e a pluralidade de interpretações inerentes à prática do jornalismo. Isso se deve à possibilidade de os leitores interferirem (em graus que variam) sobre os conteúdos noticiosos, dando sua opinião, fazendo considerações e oferecendo novas versões. O grau de maior cisão, nesse aspecto, é o canal (já consolidado na rede) em que a narrativa do leitor é considerada em sua integralidade, na forma de texto e/ou imagem.

Conscientes de um possível determinismo tecnológico reducionista, que enquadra as mudanças a um único viés, questionamos a estabilidade dos critérios de noticiabilidade – vetores do jornalismo e diretriz de nosso estudo, quando condicionados a contextos sociais e tecnológicos tão distintos de sua concepção teórica. Nesse sentido, vale averiguar se há uma modificação nos parâmetros para definir o que recebe a visibilidade ou nas formas de narrativa que se apresentam. Problematizamos o objeto do jornalismo para além de sua clássica vontade de verdade, com vistas a compreender melhor a força e a velocidade com que as narrativas migram de um suporte<sup>2</sup> técnico a outro e suscitam diferentes e múltiplos modos de narrar: estaria o jornalismo enfrentando alterações em seus critérios de noticiabilidade fundamentais ou em sua enunciação fundamentada, são as faces da forma e do conteúdo.

Novos regimes de apresentação são absorvidos pelo jornalismo contemporâneo, cujos exemplos claros são a instantaneidade e o compartilhamento da rede que implica uma nova lógica estruturante do fazer jornalístico. O estudo de Nilda Jacks e Anna Paula Knewitz (2011) aponta dois eixos sobre os novos rituais sociais e

---

<sup>2</sup> Suporte, dispositivos e plataformas são entendidos e adotados, neste estudo, como sinônimos.

tecnológicos, contribuindo ao contexto coetâneo de nossa análise: diacrônico (jornal impresso e jornal digital), ou seja, rupturas e descontinuidade entre ambos; e, síncrono (técnicas e ritualidades), isto é, tecnologia no cotidiano dos leitores. Resume que, além de rupturas sobre a *forma* (diacrônico), há a invariabilidade da alteração da técnica e do consumo-acesso (síncrono). Sugerimos, a partir disso, que novas formas de produção de conteúdo, plataformas e novas formas de leitura e acesso desencadeiam uma nova forma de pensar o labor e a estrutura do jornalismo. A exponencial do jornalismo pode ser ilustrada em fases desde a transposição de conteúdo em diferentes plataformas; a utilização dos recursos da rede; até a produção de conteúdo jornalístico na especificidade, potencialidade e características da rede (KNEWITZ; JACKS, 2011). Em uma perspectiva que merece ampliação de análise, há uma diferenciação que contribui para o entendimento da lógica da informação em rede, quando o que vemos acontecer é uma espécie de eco das notícias, isto é, a mesma informação em diferentes formatos e plataformas (*echonews*): produção (da notícia), reprodução (distribuição) e endereçamentos (encurtamento). Embutido a isso, percebemos que a sociedade em incontáveis aspectos está transformada, e o jornalismo simplesmente estaria acomodando-se em diversas plataformas ou sendo exercido a partir de uma nova fundamentação.

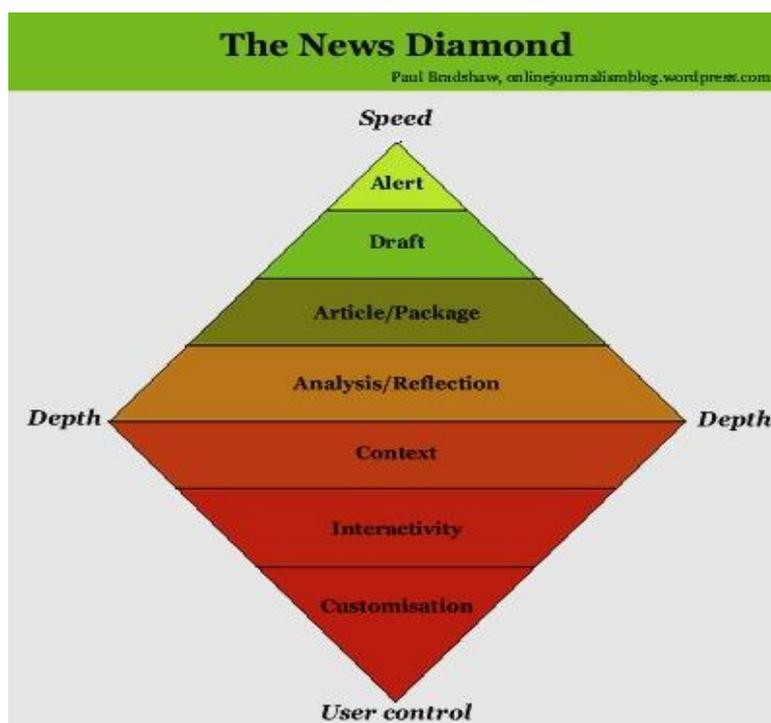
Pontualmente, uma amostragem<sup>3</sup> pode ilustrar a organização das informações na rede, estruturadas sobre o fluxo do Twitter: dos 406 perfis analisados, 13 (3,2%) foram identificados como “alerta”; nove (2,22%) como “bastidores”; oito (1,97%) como “cobertura”; 226 (55,66%) como “*feed*”; 45 (11,08) como “misto”; 76 (18,72%) como “notícia curta”; 20 (4,93%) como “pessoal”; e nove (2,22%) como “programação”. O resultado da pesquisa, realizada em 2011, mostra alguns

---

<sup>3</sup> Categorias utilizadas por Zago e Recuero (2011) em seu estudo “Jornalismo e microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do twitter”.

indicadores importantes e basais para nossa discussão. A pesquisa aponta no Twitter: a) a mera transposição de conteúdo para outros meios; b) a adaptação do conteúdo produzido para outros meios às especificidades da ferramenta (mobilidade, 140 caracteres, interatividade, arquitetura aberta); e c) a criação de produtos inovadores, a partir da experimentação do uso. A partir desses levantamentos, nos colocamos atentos a esses aspectos identificados pelas autoras.

Paul Bradshaw (2007) sugere um modelo interpretativo sobre o jornalismo do século XXI – o *News Diamond* – que estabelece três vetores: a velocidade, a profundidade e a interatividade. Esse tripé apresentado pelo autor evidencia características intrínsecas à sociedade de fluxo e/ou em rede. É uma proposta que pretende descrever a trajetória da informação desde o seu recebimento pelo jornalista até a outra ponta da interatividade com o leitor. A alusão ao diamante deve-se ao fato de o jornalismo atual apresentar um alto índice de refração e características multifacetadas de distribuição das notícias:



**Figura 1 - O jornalismo diamante proposto por Bradshaw (2007). Fonte: [urlm.in/qdbz](http://urlm.in/qdbz)**

a) **alerta** (alert): assim que a notícia chega à redação, é disparada numa linha, o mais rapidamente possível, para os serviços informativos *online* e até *gadgets móveis* (ao estilo do Twitter);

b) **rascunho** (**draft**): algo já publicado, mas ainda próximo do **rascunho**. Sem muitos detalhes. Após esta fase, é possível começar a pesquisar melhor o assunto e abrir a discussão na rede. Em blogs, por exemplo, os comentários que aparecem podem ajudar na indicação de pistas para a cobertura da notícia;

c) **artigo** (**article**): num novo bloco, surge, agora, o **artigo**, já mais aprofundado. Há grandes probabilidades de os comentários que foram deixados nos blogs virem a contribuir ou a influenciar este artigo;

d) **contextualização (context)**: é nesta fase que acontece a **contextualização** dos passos anteriores. Inserem-se novos links com transcrições, sons e vídeos (os primeiros dos quais, muito provavelmente, recolhidos por celular);

e) **análise (analysis)**: tudo aconteceu, até aqui, muito rapidamente. Mas esse tempo já permitiu que se entrasse, agora, na fase de **análise** do assunto em questão. Surgirão análises feitas por autores de blogs ou por investigadores interessados sobre o tema. Com os recursos, atualmente, disponíveis, o autor de um blog e um investigador podem, por exemplo, fazer um debate sobre o assunto que, depois, é transmitido em *podcast*;

f) **interatividade (interactivity)**: aproveitando a **interatividade** que, hoje, é reconhecida ao jornalismo *online*, algum investimento na atualização do assunto pode continuar a gerar visitas e novos comentários ao longo do tempo. Bradshaw chama a isso de “*cauda longa*” da notícia. Uma boa animação em *flash*, que combine hipertexto, vídeo, áudio, animação e base de dados, pode ser atualizada. Pode, inclusive, gerar um fórum, chats ou até uma página *wiki*;

g) **personalização (customisation)**: com a capacidade que a Internet possui atualmente de personalização de conteúdos, abre-se a porta para diversos caminhos possíveis (por exemplo, a partir da criação da *tag*, gera-se um RSS sobre o assunto, que pode ser assinado por qualquer interessado).

Essa descrição, então, esquematiza a construção da notícia associada diretamente, desde o início (alerta), à repercussão e à interatividade com o leitor/usuário até a customização. Isso é consonante ao que Sodré afirma sobre a nossa atual configuração social:

Acreditamos numa história porque foi testemunhada, senão diretamente ao menos por uma mediação confiável, a cargo do jornalismo. Percebemos sob este aspecto uma fragilidade no

absolutismo das mediações dos jornalistas, sendo que percebemos, ao mesmo tempo, uma forte presença da narrativa de pessoas comuns elencando uma agenda de informações (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 21-32).

A partir de uma perspectiva multiangular sobre a grande quantidade de informações oriundas das mais diversas fontes e formas, o autor ressalta um risco de “crendice”, quando as pessoas passam a acreditar em qualquer coisa (informação). Assemelha-se, pois, ao boato de outrora. O que percebemos – e que é reforçado por Bradshaw (2007) – é que há uma convivência entre narrativas – de pessoas comuns e de jornalistas, em que a construção se desenvolve paralelamente e se entrelaça em momentos específicos. Já estamos inseridos em uma estrutura dinâmica de fluxo informacional da qual somos testemunhas e narradores ou, no mínimo, compartilhadores (*seeder*) de informações. Isso se deve à potencialidade das redes de estabelecer contato com cada usuário (*followers*), consumando a ordem dinâmica da rede. Observamos, sob este aspecto, uma fragilidade no absolutismo da mediação jornalística, sendo que, ao mesmo tempo, há uma forte presença de narrativa anônima elencando a agenda de informações (ver mais no capítulo V). Entretanto, no que tange aos meios convencionais, cabe apenas ao jornalista selecionar, hierarquizar e enunciar fatos noticiosos para, então, legitimar em diferentes plataformas. Cumpre lembrar que há uma evidente distinção que fundamenta o jornalismo: enunciar a verdade a partir de regras hierárquicas pré-ordenadas.

Nesse sentido, Hobbes (1979) afirma que há dois tipos de conhecimento e que nos ajudam a compreender a diferença entre notícias institucionalizadas (jornalísticas) e informações circulantes na rede e oriundas diretamente de usuários-fonte:

[...] é o conhecimento de fato, e outro o conhecimento da conseqüência de uma afirmação a respeito de outra. O primeiro não é outra coisa senão a

sensação e memória, e é conhecimento absoluto, como quando vemos realizar-se um fato ou recordarmos o que se fez; deste gênero é o conhecimento que requer uma testemunha. O último se denomina ciência (p. 67).

Não vemos ocorrer uma disputa entre o discurso legítimo (imprensa e jornalistas) e o legitimado (atores sociais que contribuem com a construção narrativa do jornalismo): a imprensa mantém-se a detentora hegemônica da enunciação crível e factível. Entretanto, por outro lado, a atenção do leitor (espectador, usuário) está diluída e fractal, da mesma forma que a imprensa tradicional deixou de ser a única voz ouvida.

A assinatura é a única garantia da veracidade da informação, ou seja, não há garantia. [...] Na ambiência das novas mídias e das redes sociais, sem mediações cívicas, cada um de nós no fundo qualificado como ‘tábula rasa’, capaz de gerar e receber informações (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 28).

No que concerne, por exemplo, ao campo das artes, Anne Cauquelin (2010) considera que elas vêm sendo valoradas pela sua circulação na rede, questionamo-nos se o fluxo informacional se sobreporia aos preceitos consumados e tradicionais do jornalismo: a forma atua sobre o conteúdo. A construção retórica do jornalismo na rede e as suas potencialidades de acesso móvel e não-linear talvez não sejam totalmente desenhadas por uma lógica própria; entretanto, os mecanismos receptivos-cognitivos do público-leitor, isto é, de sua atenção, sugerem a tendência de estruturar-se em função da “comunicabilidade” e de mecanismos de sedução ou de convencimento (SODRÉ; PAIVA, 2011).

[...] na retórica implicada, não predomina qualquer arcabouço lógico-argumentativo herdado dos clássicos, e sim o projeto ‘psicológico’ de implicar o leitor no próprio processo de narrar o acontecimento, por meio

de uma hierarquização dos enunciados que se destina a facilitar-lhe o acesso ao fato, economizando tempo” (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 24).

Devemos atentar para a seguinte questão (considerando-a como uma hipótese): as redações jornalísticas mantêm o seu formato semelhante de sua fase inicial, porém, a práxis de construção de notícias pode estar modificada em função do excesso de fontes e do ambiente de acelerada quantidade de informações (“boato”).

Na crise da credibilidade mora o risco atual da mídia junto aos seus públicos. Se nela deixamos de acreditar, poderemos, como diz Chesterton, acreditar em ‘qualquer’ coisa. ‘Qualquer’, adjetivo e pronome indefinidos, implica neutralidade quanto às qualificações de uma coisa ou de alguém. O ‘qualquer’ é sem atributos nem valores. Quanto aceitamos ‘qualquer coisa’, pouco importa o que nos apareça, estamos dentro da lógica do indefinido. É assim com a informação sem critérios coletivos consensuais para selecionarmos a coisa em que acreditamos. É o que pode acontecer quando perdemos a confiança na mediação histórica da imprensa (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 24).

Quando a distância dos acontecimentos e o tempo comunal são estabelecidos por esse sistema de fluxo informacional, o jornalismo contribui significativamente com alicerces sociais como a percepção de espaço e de tempo. Nesse sentido, é pertinente pensar como se organizam tais percepções na conjuntura da rede, quando as distâncias são redimensionadas e o tempo é comprimido (virtualmente). A natureza do jornalismo garante uma esfera de comunhão social, isto é, estrutura um diálogo público comum para muitos. Como se mantém um ponto comum quando há uma despolarização da narrativa midiática viabilizada pelo discurso testemunhal ou opinativo de anônimos (depoimento popular)?

Essa influência da audiência sobre o jornalismo é sensivelmente potencializada pelas novas tecnologias móveis de compartilhamento social: exemplos

como o Locast<sup>4</sup>, Cover At Live<sup>5</sup>, e a iniciativa do Yahoo sobre a remuneração pelo jornalismo colaborativo são indicativos dessa tendência. A audiência, além de *seeder* (replicador) de informações, configura uma narrativa modificada sob a influência da plataforma pela qual a notícia é veiculada e as suas potencialidades de compartilhamento.

Os processos comunicativos na contemporaneidade e as rotinas produtivas do jornalismo têm se alterado intensamente nas últimas décadas, em que processos de radical desterritorialização atingiram as sociedades. Esses impulsos deslocalizadores são incorporados no jornalismo em narrativas que não são apenas relatos-de-fatos-ocorridos, mas ofertas de mapas cognitivos do novo mundo globalizado que alteraram historicamente a própria concepção do fazer jornalístico e o seu caráter político, estabelecido em suas relações com a democracia (PRADO; BECKER, 2010, p. 1).

Ainda que se configure como um sistema resguardado pelas paredes das redações jornalísticas, apresentam-se inúmeras janelas por onde se estabelece um ininterrupto fluxo informacional. De certa forma, o *background* e o *front* estão planejados e horizontalizados, além de o jornalista estar atento ao leitor de uma maneira significativa. Na esfera da rede, o jornalista tem o retorno do leitor de forma quase imediata a respeito da publicação de determinado conteúdo noticioso, a partir de comentários, compartilhamento, repercussão nas redes sociais, etc. Vemos, então, a possibilidade de desempenhar um jornalismo “audioverbivisual” que, atrelado à interatividade e à colaboratividade, pode ser um fator de transformação do fazer jornalístico. Nesse sentido, a sociedade tem a sua voz redimensionada e contribui, de forma legítima, para a construção da narrativa histórica. Pode-se, assim, prever a concretização do papel histórico da imprensa no que tange à vigilância da democracia

---

<sup>4</sup>Trata-se de um sistema de publicação de vídeos através de celulares desenvolvido pelo o Mobile Experience Lab do Massachusetts Institute of Technology (MIT MEL) que contou com a colaboração de desenvolvimento da PUCRS. A plataforma móvel e online permite aos usuários atuarem de forma ativa no processo de coletar, reportar e disseminar notícias e informações relacionadas com as suas rotinas urbanas.

<sup>5</sup> Ferramenta semelhante ao funcionamento do Twitter, para a construção narrativa em colaboração com usuários sobre um determinado acontecimento; normalmente acompanha uma reportagem.

e da ordem política e pública, bem como a tudo que diz respeito ao bem-estar da sociedade a partir da narrativa jornalística. Assim compreendido, o jornalismo contemporâneo coexiste junto de uma nova mediação:

As tecnologias e redes móveis têm criado novas formas de mobilidade informacional, porém, se os territórios informacionais indicam novas dimensões da territorialidade, novas relações de poder e novas práticas sociais de mobilidade na sociedade contemporânea, implicam, ao mesmo tempo, em criação de novas formas de controle, redefinindo espaços e modos de reafirmar as comunidades reais, assim como produções autônomas e colaborativas de conteúdos, inclusive textos jornalísticos (PRADO; BECKER, 2010, p.4).

A convivência entre modelos bastante antagônicos é percebida quando há mídias massivas (vertical e hierárquica) – de um para muitos – e aquelas de plena customização (horizontal e dialógica) – de consumo individualizado, tanto em forma quanto em conteúdo. A narrativa interativa *sugere* uma modificação nos fundamentos do jornalismo, ao apresentar a possibilidade de leituras múltiplas sobre determinado fato, ampliando, como um mosaico, discussões e acontecimentos sociais. Ao mesmo tempo, os portais de notícia e as suas sessões de colaboratividade aplicam sobre o conteúdo recebido um filtro editorial, que se acham atrelados a critérios pertencentes ao conselho editorial do meio.

Franciscato (2005) assegura que o jornalismo é uma instituição que tem uma carga de racionalidade e que organiza e dá unicidade a normas e valores culturais. Seu caráter social – entendido como instituição – residiria em descrever discursivamente o cotidiano do mundo a partir dos fundamentos básicos do relato jornalístico, como a fidelidade e a veracidade. Ao mesmo tempo, a notícia é sempre formatada sob conceitos mercadológicos de padronização, generalização, simplificação e negação da subjetividade. O autor argumenta ainda que essa função social apresenta dois polos, um econômico e um ideológico. É inerente ao jornalismo, desde a sua mais primária

concepção – por mais sintético e tecnologicamente articulado que seja – o teor ideológico. Este é, no entanto, configurado e reconfigurado conforme o passar dos tempos. O mesmo ocorre com o fator econômico: as notícias como *commodities* assumem novos valores e formas de venda, o que obriga o jornalismo a modificar-se em sua lógica de pensar, fazer e distribuir notícias.

Há tempos, ao que parece, o consumidor de notícias (o leitor) vem abandonando a postura mais passiva; ao mesmo tempo, a interatividade e a proximidade com os veículos de comunicação e os jornalistas influenciam o jornalismo a ponto de modificá-lo. Talvez essa prática interativa venha a ser percebida mais adiante, não neste momento de transição e reajuste do jornalismo. Apostamos que os novos dispositivos de acesso e disseminação de notícias sejam um fator determinante nesta mudança, em função de sua potencialidade de descentralização do fluxo informacional. O interesse do público passaria a ser também um critério de noticiabilidade.

Apesar dos dispositivos móveis e das novas formas de acesso e disseminação de notícias, bem como da possibilidade cada vez mais intensa de não-jornalistas poderem informar e terem as suas próprias redes (leitores), a credibilidade é ainda o capital jornalístico de maior peso. Esse valor atribuído a quem noticia acompanha o conteúdo da informação em si, mesmo nas trocas informacionais mais banais e cotidianas.

O discurso jornalístico, baseado na verdade e objetividade, distingue-se de qualquer outra forma de informar. Conforme Charaudeau (2004), está apoiado em uma série de elementos com o intuito de promover a ideia de realidade, tratando-se de uma oferta de plausibilidade e exatidão. Em um universo sem fronteiras, onde tudo e todos são próximos, quando compartilhamos uma rede de significações bastante

semelhante, como observar o produto jornalístico por meio de uma mesma perspectiva? Indagamo-nos se há um denominador comum agindo sobre os critérios de noticiabilidade em um espectro social de rede e suas características particulares.

A rede (*borderless*) é a condutora das notícias, mas ainda há uma relação intrínseca entre as notícias e a proximidade geográfica com o leitor. Mesmo que ela seja estruturada virtualmente, o acesso é localizado e, conseqüentemente, seu conteúdo.

Não obstante, a dimensão pública do jornalismo – outrora demarcada por uma esfera menos ampla e mais tangível – encontra-se expandida ao infinito. Da mesma forma, observamos uma exacerbação da individualidade e das relações em micronúcleos na rede, o que antes se configurava como uma generalização da opinião pública e dos meios de comunicação tradicionais. Mar de Fontcuberta (1993, p.60) estabelece funções da prática do jornalismo como refletir a realidade (informar), interpretá-la (formar) e ocupar o ócio (entreter). O jornalismo, porém, defronta-se com uma nova forma de opinião pública que é fragmentada e que exige ser observada e, de alguma forma, absorvida.

Sinteticamente, a produção de notícias trabalha com acontecimentos, reconstruindo-os a partir de um discurso jornalístico publicizado. Trata-se de um processo que envolve pessoas e organizações que selecionam, hierarquizam, organizam, elaboram e indexam as notícias a partir de referenciais espaciais e temporais.

## CAPÍTULO II: TEORIA FUNDAMENTAL

Desde os anos 1950, inúmeras e recorrentes buscas teóricas têm sido empreendidas a fim de entender por que alguns eventos são noticiados (*newsworthiness*) e outros não, não havendo consenso nem precisão sobre esse tópico. Galtung e Ruge publicaram, em 1965, uma discussão seminal sobre os aspectos latentes que tornavam os eventos notícias. Os referidos autores tomaram por base, em sua análise, princípios da psicologia e do comportamento humano para, então, estabelecerem o estudo de maior projeção sobre o que chamaram de valores-notícia: a seleção estaria associada à percepção de mundo dos corpos sociais; seriam, pois, manifestações e parte dos processos da condição humana. Essa ligação entre os critérios de noticiabilidade e os fundamentos da psicologia da percepção evidencia que a decisão de escolha dos eventos não é neutra; mas constitui parte de um processo de julgamento sociocultural humano – isso tudo formatado sob as lógicas editoriais e mercadológicas.

Em relação ao contexto contemporâneo, Joshua Braun (2009) argumenta que os estudiosos de jornalismo e novas mídias perderam o foco no que se refere aos aspectos comuns entre o jornalismo e outras formas de comunicação. Isso porque podem ter romantizado o jornalismo no espectro da rede: a auto-organização das comunidades online as diferenciaria, em termos qualitativos, das formas tradicionais; isso, no entanto, pode não acontecer. O senso pragmático do jornalismo contemporâneo em rede estabelece, entre o público, uma lógica diversa da que antes havia, evidenciada por frases como “eu li em um blog” ou “fiquei sabendo pelo twitter”. Em termos de fluxo informacional, é evidente que há algo novo; todavia, resta-nos observar o teor informacional para fazer o diagnóstico dos critérios de

noticiabilidade que vigoram na rede. A problemática dos estudos do jornalismo consiste em compreender se, atualmente, o jornalismo em rede está posto em distintas plataformas de acesso ou se, de fato, vem sendo pensado e desenvolvido de forma autônoma e distinta dos meios tradicionais. Nesse contexto, tanto valores-notícia quanto critérios de noticiabilidade são postos como sinônimos teóricos que se referem ao grau de notabilidade de determinado acontecimento, e o modelo axiomático de *gatekeeping* é o denominador comum entre os estudos que envolvem esses critérios. Os valores-notícias são apresentados teoricamente de forma matizada, isto é, conceitualmente estabelecidos como uma fórmula (*framework*) assertiva de agendamento noticioso e desenvolvimento das notícias em diversos ambientes midiáticos.

As divergências conceituais na literatura a respeito dos valores-notícia estão na dificuldade de sua aplicabilidade prática e no desacordo teórico na origem de determinado critério, cabendo o questionamento sobre a consonância dessas listas teóricas e sua trelça com a realidade, ao jornalismo mediático deste tempo. Em princípio, são inconclusivas as afirmações que pretendam discutir se os valores-notícias são uma leitura do agendamento noticioso ou se, ao contrário, são a base referencial do jornalismo e da seleção de notícias. Pode ser um indicativo desse primeiro cenário – no qual os valores-notícia são uma leitura externa e distanciada do jornalismo em si –, como constatado em minha pesquisa de mestrado (BUSS, 2010), o fato de os editores do jornal *Zero Hora*, de modo geral, não saberem quais critérios de noticiabilidade eram vigentes e promulgados teoricamente. Assim sendo, comporiam o imaginário teórico do jornalismo externo à prática cotidiana. Constituiriam, então, listas cartesianas que conceituam, de fora para dentro, a lógica de escolha das notícias.

A partir dessa constatação, investimos na compreensão da constituição conceitual e prática em sentido inverso: de dentro para fora. Isso porque os critérios de noticiabilidade devem ser estendidos a um nível mais amplo, não limitados a uma única instância dos estudos em jornalismo. Constitui, pois, uma espécie de etnografia da redação: como os critérios de noticiabilidade teorizados são extraídos do produto final, isto é, do conteúdo jornalístico pronto, uma análise de maior consistência deve ser feita durante o processo de produção/seleção, dentro do ambiente de trabalho.

As notícias – vistas como a representação fidedigna de acontecimento real, configuradas e apresentadas de forma atrativa para a audiência – são, como assinala Gans (1979), o principal fornecedor regular de informação para as sociedades. A nossa curiosidade, então, reside na forma como as notícias são selecionadas e organizadas, e no que define o agendamento da mídia. Muitos são os métodos de análise para se identificar os critérios de noticiabilidade vigentes em determinado meio, tais como entrevistas com editores, jornalistas, observação de reunião de pauta e análise do conteúdo nos produtos jornalísticos.

Especificamente, em minha dissertação de mestrado, fiz uma imersão na sala de redação e observei as reuniões de pauta para compreender como são escolhidas as matérias a serem noticiadas. Esse processo serviu como métrica para estabelecer uma comparação com as teorias postas até o presente e buscou saber se os critérios de noticiabilidade sofrem modificações dentro do contexto de sociedade em rede. A hipótese de diretriz sugeria que este grande contexto estaria modificando a lógica do jornal impresso, principalmente no que se refere aos critérios de noticiabilidade, julgando que o sistema analisado sofresse influência sob tal perspectiva de rede, o que não se confirmou.

Em vez de uma competição, o sistema coexiste com a temporalidade do fluxo

de notícias na rede. Ainda que o jornal impresso mantenha a sua lógica temporal, anuncia-se uma possível modificação: uma tendência à flexibilidade temporal nas notícias publicadas. Os resultados da análise mostram que não houve modificações quanto aos critérios de noticiabilidade utilizados pelo sistema. Essa identificação de relevância faz-nos compreender um sistema predominantemente autorreferente, articulando-se sob a lógica própria de funcionamento (BUSS, 2010). Tendo em vista esse estudo, nos é garantido certo conforto em tratar e avançar sobre o funcionamento prático e teórico dos critérios de noticiabilidade.

Os critérios de noticiabilidade ou valores-notícia estão presentes em todas as etapas do processo de *gatekeeping*. Este processo, por sua vez, se dá em diversas instâncias e influencia inúmeros fatores, tais como questões político-editoriais, comerciais, institucionais e mercadológicas. A partir disso, podemos imaginar algo como inúmeras peneiras, uma acima da outra: a medida que um evento vai passando pelas peneiras (que representam o gerente de pauta, o jornalista, editores etc.), vai aumentando a chance de se tornar notícia e de esta ser publicada.

Galtung e Ruge (1965) trazem a lista de critérios de noticiabilidade que se tornou a principal referência no assunto. Os doze critérios estabelecidos pelos autores pretendem explicar por que os *media* elegem determinados acontecimentos e não outros na cobertura internacional. Os seguintes critérios de noticiabilidade foram apresentados pelos autores:

1. FREQUENCY—Events that unfold conveniently within the production cycle of a news outlet are more likely to be reported.
2. THRESHOLD—The larger the event, the more people it affects, the more likely it is to be reported. Events can meet the threshold criterion either by being large in absolute terms, or by marking an increase in the intensity of an ongoing issue.
3. UNAMBIGUITY—The fewer ways there are of interpreting an event, the more likely it is to be reported.
4. MEANINGFULNESS—The more culturally proximate and/or relevant an event is, the more likely it is to be reported.
5. CONSONANCE—If a journalist has a mental pre-image of an event, if it's expected to happen, then it is more likely to be reported. This is even more true if the event is something the journalist desires to happen.
6. UNEXPECTEDNESS—If an event is unexpected, it is more likely to be considered newsworthy and to be reported.
7. CONTINUITY—Once an issue has made the news once, future events related to it are more likely to be reported.
8. COMPOSITIONAL BALANCE—News editors will attempt to present their audience with a “balanced diet” of news. An event that contributes to the diversity of topics reported is more likely to be covered than one that adds to a pile of similar news items.
9. ELITE NATIONS—Events that involve elite nations are more likely to be reported than those that do not.
10. ELITE PEOPLE—Events that involve elite people are more likely to be reported than those that do not.
11. PERSONIFICATION—Events that can be discussed in terms of the actions of individual actors are more likely to be reported than those that are the outcome of abstract social forces. By the same token, social forces are more likely to be discussed in the news if they can be illustrated by way of reference to individuals.
12. NEGATIVITY—An event with a negative outcome is more likely to be reported than one with a positive outcome.

**Figura 2 - Lista de critérios de noticiabilidade proposta por Galtung & Ruge (1965) in (BRAUN, 2009, p.6).**

A partir dessa lógica, nos resta questionar se a seleção de notícias (amplamente complexa) pode ser resumida a fórmula tabelar e automatizada: deve haver fatores implícitos neste processo sobretudo em função da subjetividade do processo jornalístico. Os critérios listados por inúmeros autores são diagnósticos externos à seleção em si, ou seja, são estabelecidos a partir do extrato final do processo de transformação dos acontecimentos em notícias. Existem, no entanto, indícios de que a seleção de notícias é feita a partir de escolhas que envolvem fatores para além de listas pré-estabelecidas: por um lado, o processo é intrincado e subliminar; por outro, corriqueiro e automático. Sendo assim, editores e jornalistas

acabam por eleger os acontecimentos de forma inconsciente, isto é, não baseiam suas escolhas em atributos elegíveis e prévios. As listas teóricas seriam, assim, reflexo de uma lógica e não parte de um manual profissional.

McQuail (2000) afirma que os acontecimentos, em sua essência, são complexos e, por isso, selecionados a partir de um ou mais critérios de noticiabilidade. Nesse sentido, a hipótese da aditividade (the “additivity” hypothesis) sugere que, quanto mais atributos de notabilidade houver, maiores as chances de um acontecimento tornar-se uma notícia. Em contrapartida, é comum vermos ocorrer a hipótese da complementaridade (“complementarity” hypothesis) (GALTUNG; RUGE, 1965; SANDE, 1971), quando comparado qual o apelo noticioso é mais evidente e valorativo em determinado acontecimento; por exemplo, falta “proximidade”, mas gera impacto sobre um grande número de pessoas.

Pode acontecer que os critérios sejam conflitantes entre si, quando um acontecimento é, por exemplo, *consonante* (o esperado pelo jornalista) e o critério *inesperado*; por mais contrassensual que pareça, é bastante comum que jornalistas esperem o inesperado, mesmo que o oposto disso (consonante) seja um critério existente. Areladas a esses conflitos, estão questões comerciais latentes: se determinada notícia tem apelo de venda, por exemplo. No jornalismo ocidental, a negatividade é um valor-notícia de predominância.

Hartley (1982, p.79) considera que muitos eventos fazem-se notícia mesmo sem alcançar um alto grau de noticiabilidade, residindo aí um contrassenso sobre as listas teóricas. A seleção das notícias, portanto, não se resume aos critérios em si. Os valores-notícia são formados a partir de fronteiras culturais (Hartley, 1982) que envolvem indivíduos sociais, sendo necessário considerar fatores de ordem pessoal,

motivacional, ideológica e tradicional, além das exigências mercadológicas. Há, ainda, questões econômicas do negócio (veículo), políticas e ideológicas.

Nessa linha, Hall (1973) aponta que os critérios de noticiabilidade aparentam ser práticas neutras e rotineiras, mas são, de fato, estruturas ideologizadas. Há, portanto, um “mapa cultural” presente na decisão dos jornalistas sobre o que é notícia. É por essa razão que, ao lermos as notícias diárias, dificilmente surpreendemo-nos com o que lemos: é como se elas se repetissem em editoriais iguais, acontecessem nos mesmos lugares, e fossem escritas da mesma forma linear e posta.

McQuail (2000) assegura ser muito difícil determinar o que, de fato, os jornalistas e os editores consideram quanto à seleção (relevância) das notícias, visto que os métodos de escolha são subjetivos e complexos. Isso também seria dificultado porque, tal como propõe Bell (1991), esses julgamentos a respeito do que comporá o noticiário seriam feitos no decorrer do processo mesmo de produção das matérias. O nível de subconsciência, sugere Warner (1970), é alto.

Nesse contexto, Golding e Elliot (1999) veem os valores-notícias como regras de funcionamento, um *corpus* de conhecimento e orientação da prática profissional. Corroboramos a percepção de Tunstall (1971), quando analisa a identificação conceitual dos critérios de noticiabilidade diretamente da fonte, o jornalista: há variáveis que problematizam tal triagem, como informações de sigilo, pressões do tempo, entre outras, o que dificultaria a observação dessa técnica se adotada tal concepção. A soma de todos esses elementos, aliada à opinião interativa, direta, reverberada e instantânea de leitores multiplataforma, constituiria os critérios de noticiabilidade como os conhecemos, teoricamente.

Há, ainda, um outro aspecto apontado por Hall (1978): como esses valores não são formalmente transmitidos ou decodificados entre os profissionais de notícia, isso os torna ainda mais indefinidos.

'News values' are one of the most opaque structures of meaning in modern society. All 'true journalists' are supposed to possess it: few can or are willing to identify and define it. Journalists speak of 'the news' as if events select themselves. ... We appear to be dealing, then, with a 'deep structure' whose function as a selective device is untransparent even to those who professionally most know how to operate it (HALL, 1973, p. 181).

A noticiabilidade faz parte de uma constituição social ampla, quando elencamos, em nosso cotidiano banal, acontecimentos para compartilharmos, isto mostra-nos que a hierarquização é necessária em instâncias que transcendem o jornalismo. Expande-se essa valoração sobre os acontecimentos em aspectos sociais ordinários e tendemos a priorizar os fatos dramáticos, conflitantes, que afetem negativamente alguém ou alguma coisa. No entanto, a prevalência cultural sobre os valores sociais, no que tange o grau de importância dos acontecimentos cotidianos, é preponderante. Faz muito sentido se pensarmos que os critérios de noticiabilidade foram identificados a partir de referências externas ao jornalismo, como os aspectos gerais da percepção humana: ambiguidade, frequência (repetição), significação, consonância, inesperado, continuidade, etc. Sendo essa a natureza analítica de Galtung e Ruge (1965), o comportamento humano inspira o jornalismo a tratar os acontecimentos na mesma perspectiva do interesse humano.

Assim compreendidos, os critérios de noticiabilidade são reflexo de julgamentos dos próprios jornalistas e das organizações jornalísticas; dessa forma, se os jornalistas mudam e o jornalismo – como instituição – muda, os critérios de noticiabilidade se alteram. Coloca-se, portanto, uma questão: o que normatiza os valores-notícia e a sua concordância com diversos ambientes culturais e tempos

sociais, ao longo desses anos todos de estudos? Apontamos um possível paradigma sobre os critérios, quando a qualidade dos eventos apresenta-se bastante subjetiva e, por outro lado, a escolha das notícias, inversamente, é objetiva (em uma análise tabular). O interesse jornalístico, assim, recai sobre um campo onde residem teorias não taxativas, sendo que os valores-notícias são basicamente de cunho preditivo (que dizem respeito ao futuro possível) ou explicativo.

O que ocorre, então, é que, mediante critérios de noticiabilidade comuns ao jornalismo (para além de questões geográficas, culturais, políticas), tem-se que eles sugerem um padrão jornalístico e, parecem ter as mesmas abordagens, ainda mais se analisarmos as editoriais, semelhantes ou quase iguais. Isso se deve à espacialidade implícita na valoração dos acontecimentos, o que engloba aspectos culturais, gostos, interesses, relação e significação.

A seleção é feita de uma forma sistêmica (e em grupo) ora objetiva, ora subjetiva, sendo levado em conta a soma de diversos profissionais e circunstâncias particulares. Quem nos conta que a tomada de decisão de o que é notícia está baseada na percepção humana é Herbet (2000), porém aspectos intrínsecos à cultura profissional atuam de maneira conjunta. Inúmeras metodologias já foram utilizadas na tentativa de elencar os critérios de noticiabilidade empregados pelo jornalismo, sendo que, em nosso estudo precedente (BUSS, 2010), adotamos a observação *in loco* (em reuniões de pauta) e entrevista com editores-chefes.

Não poderíamos descartar, ademais, que a decisão seja baseada na especificidade da perspectiva sistêmica (LUHMANN, 2005), favorecendo a ideia de que as decisões sobre o que é notícia sejam oriundas de comparações do que um dia já foi considerado notícia. Constitui, pois, um fluxo ininterrupto de alimentação e retroalimentação. Argumentamos que a análise teórica acerca dos critérios de

noticiabilidade deve ser feita mediante clareza de um conjunto de fatores que colaboram para sua constituição como tal. A soma e a repetição dessas práticas jornalísticas dão referência e tónus aos estudos sobre os critérios de noticiabilidade. E, de certa maneira, desvelados, os critérios de noticiabilidade atendem ao questionamento primário de o que *é* notícia.

### **CAPÍTULO III: A SISTEMÁTICA DA REDE E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE**

Os critérios de noticiabilidade aqui teorizados compõem os estudos dos autores Niklas Luhmann (2005) e Mauro Wolf (2005), concebidos especificamente a partir da lógica do jornal impresso e em período que não o da sociedade em rede. Direcionamo-nos, então, a perceber a lógica desta enquanto um sistema. Em nosso estudo anterior (BUSS, 2010), vimos que os critérios de noticiabilidade compõem a realidade do sistema, a lógica operacional do jornal impresso: “... são as pedras coloridas do caleidoscópio que viabilizam a produção de figuras sempre novas, sem base ontológica, continuamente mutantes” (LUHMANN, 2005, p. 9). Em uma observação menos ilustrativa, quer dizer que o conteúdo e a prática do sistema definem a forma do veículo. O sistema promoveria uma automatização de sua prática, observada a partir de conceitos como autorreferência e heterorreferência. Estes, por sua vez, podem ser lidos como fatores que de um modo ou de outro influenciam os critérios de noticiabilidade. O conteúdo dos meios de comunicação reorganiza-se, assim, por si próprio, em um sistema que se autofortifica.

Luhmann traz, ainda, uma proposição de análise bastante contundente ao conceber os jornalistas como *observadores* que desempenham “operações observadoras” (LUHMANN, 2005, p. 20). A operacionalização da prática do jornalista, então, passa a ser vista como observação e relato da realidade. É o que percebemos em nosso estudo, no qual direcionamos nosso olhar de observador a outros observadores – os jornalistas.

Para chegar à compreensão disso precisamos observar o seu observar. Para o primeiro caso, basta uma observação de primeira ordem, como se se tratasse de fatos. Para a segunda possibilidade de entendimento, é preciso assumir a orientação de um observador de segunda ordem, de um observador de observadores (LUHMANN, 2005, p. 20).

A observação sistêmica de funcionamento dos meios de comunicação sugere uma ambivalência de *dentro e fora*, comum a todo sistema e que reflete na sobrevivência dos meios de comunicação e na manutenção de suas características. A perspectiva de Luhmann (2005) é o construtivismo operacional: os meios de comunicação *são* sob a sua perspectiva operacional, e os critérios de noticiabilidade podem ser incluídos dentro dessa operacionalização. Sendo assim, a rede *é* (se estabelece, é concebida) de acordo com sua perspectiva de fluxo e a noticiabilidade se enquadra nesse aspecto funcional de construção do sistema.

A tentativa de Niklas Luhmann (2005) é de compreender a realidade dos meios de comunicação, e para isso constrói parâmetros de funcionamento desses em relação à sua função laboral, para a construção da realidade. “Realidade não é nada mais do que um indicador de que o sistema foi aprovado ao prestar provas de consistência” (LUHMANN, 2005, p. 23). O substrato desse estudo nos possibilita clarear o funcionamento da rede enquanto um sistema, que apresenta critérios de noticiabilidade como componentes para a organização das agências produtoras de notícias nesse ambiente.

Autorreferência e heterorreferência são características construídas dentro do próprio sistema, e que revelam muito sobre seu modo de articulação. Partindo desse viés sistêmico, devemos ter claro que os jornais são observadores da realidade que devem se diferenciar daquilo que observam (LUHMANN, 2005). Como os meios de comunicação desenvolvem seu trabalho sob a lógica da

continuidade, somos levados a refletir sobre a lógica das notícias na rede, como um sistema autopoietico que utiliza a si próprio para recriar-se. Isso é possível mesmo se considerarmos que sua matéria prima, a notícia, esteja fora do sistema. Neste caso, a tematização é uma ferramenta de organização do sistema, no qual se estabelecem subdivisões como política, cultura, polícia, saúde e ciência. O espectro de assuntos viabiliza que a rede atinja diversas áreas de interesse da sociedade. Vindo ao encontro da *continuidade*, isto é, a tematização é recursiva e apresenta “[...] pré-requisito do já-ser-conhecido e da necessidade de se ter mais informações” (LUHMANN, 2005, p. 31). Além disso, a tematização é útil para a construção de um contexto de sentido entre as notícias. Por meio disso, fatos são ligados e limites são estabelecidos entre as áreas do sistema, uma espécie de organização sub-sistêmica.

A informação é um valor positivo para o sistema funcionar, o que faz da ambivalência entre informação e não-informação uma constante na operatividade do jornalismo e dos meios de comunicação tradicionais. Ao julgar um fato informativo outro automaticamente é excluído, em se tratando de espaço e linha editorial do veículo. Na rede, logicamente, *espaço* não é uma determinante. Há uma proposição de regras que direcionam o paradoxo da informatividade de notícias, e que fazem o sistema se articular. Luhmann (2005) acredita que tais regras são possivelmente modificáveis. No caso, as regras podem ser lidas como os critérios de noticiabilidade que pontuam as informações. O caráter *informação/não informação* não satisfaz por si só, sendo necessários critérios que classifiquem o valor informativo de um fato. A seleção de notícias faz parte do processo de funcionamento interno do sistema, e para tal há jornalistas e

editores fazendo uso de critérios sobre os fatos – ainda que não consideremos os critérios de noticiabilidade como uma forma de mecanização do sistema.

Certamente, a mais importante particularidade do código informação/não-informação está na relação deste com o tempo. Informações não podem ser repetidas; elas transformam-se em não-informação no momento em que se tornam acontecimento. Uma notícia, quando usada pela segunda vez, mantém certamente seu sentido, mas perde seu valor informativo. [...] O sistema reintroduz constantemente o próprio output, quer dizer, o conhecimento de fatos em si mesmo novamente, e o faz pelo lado negativo do código, como não-informação; e, o fazendo, ele se força com isso a prover sempre novas informações (LUHMANN, 2005, p. 42).

A ideia de um sistema autopoietico sugere que, ao ser veiculado, um fato *novo* que tinha valor informativo assume o valor oposto – velho. Automaticamente, o *novo* deixa de ter tal critério quando entra no sistema; em outras palavras, uma notícia quando veiculada imediatamente deixa de ser nova. Nesse contexto, Luhmann (2005) vê a tecnologia como um elemento que favorece a rápida desatualização. Complementa dizendo que os motivos centrais da dinâmica moderna são “dinheiro fresco e informação nova” (LUHMANN, 2005, p. 45, tradução nossa).

A conotação temporal das notícias jornalísticas é notória e imprescindível. Sob um ou vários aspectos, notícias estão invariavelmente ligadas ao tempo. Distante do reducionismo da *forma e conteúdo*, os fatores espaço – físico ou virtual – e tempo exercem força na concepção da notícia: para o posicionamento de uma notícia em concordância ao presente demanda e sugere meios que comportem tal aspecto.

Para além do aspecto *verdade*, está a *seletividade* de fatos noticiosos, que não é somente “[...] inevitável, mas também desejada e regulamentada”

(LUHMANN, 2005, p. 56). O autor sugere sete critérios de noticiabilidade: novidade, conflito, quantidade, relevância local, transgressões à norma, manifestação de opiniões e atualidade. Abordaremos seus conceitos, cada qual, separadamente.

A novidade, para Luhmann (2005, p. 57), “[...] diz respeito à surpresa, a uma informação *nova*”. Esse critério tem por característica o rompimento das expectativas do sistema, sendo fatos que promovem uma notória descontinuidade. Segundo o autor, repetições não são desejadas. Entretanto, mesmo a novidade precisa de contextos já conhecidos pelo leitor, podendo ser “[...] padrões (terremotos, acidentes, encontros de cúpula, falência de empresas)” (LUHMANN, 2005, p. 58). Ou fatos que necessitem da criação de um cenário contextual para serem noticiados. O *novo* pode ser encontrado em fatos recorrentes, diários, tais como em editorias de esporte e economia. Os resultados de jogos, substituições de jogadores, assim como os valores da bolsa e a valorização de moedas são fatos que se apresentam com caráter de novidade. A relação novo/velho existe justamente para estabelecer essa diferença fundamental do sistema, por meio da auto-referência e heterorreferência. A novidade estabelece os limites entre o que é novo e velho.

Os conflitos estabelecem um critério de noticiabilidade específico: a tensão e a incerteza de seu desdobramento lhe são fatores inerentes. Fatos sobre conflitos promovem expectativa de término, adiando uma possível notícia “[...] apaziguadora sobre ganhadores e perdedores fazendo alusão ao futuro” (LUHMANN, 2005, p. 58).

As quantidades ou informações que contenham números, dados estatísticos e exatos potencializam um fato por seu caráter informativo. O autor, por essa via, compreende que a precisão numérica atribui valor à notícia. A quantidade de mortos em um conflito no Oriente Médio, por exemplo, precisa um dado numérico exato; entretanto, o contexto no qual ocorreu o fato não necessariamente é compreendido. Em outras palavras, os números falam por si próprios e tendem a promover impacto. “[...] Considera-se o peso maior de informação que têm grandes números, principalmente quando se referem a acontecimentos compactos do ponto de vista local e cronológico” (LUHMANN, 2005, p. 59). Isso acontece, por exemplo, em notícias que demonstrem discrepâncias de quantidade como em apenas uma fraude haver um rombo nos cofres públicos.

As quantidades podem ser atreladas ao tempo, quando as notícias passam a acompanhar o desdobramento de um episódio. Como mencionamos anteriormente, a bolsa de valores, por exemplo, informa números que mudam constantemente; tem, portanto, valor noticioso. O mesmo ocorre quando se atualiza a quantidade de mortos em um acidente aéreo (expectativa).

O critério atualidade diz respeito à condição de um fato ser concebido como atual. Se refletirmos sobre esse critério de noticiabilidade, condicionado ao meio no qual a notícia é veiculada, pode apresentar variações. Luhmann (2005, p. 66) diz que “[...] *atualidade* sugere transmitir acontecimentos que quando veiculados já aconteceram, ou estejam vinculados a fatos passados (recursividade)”. Entretanto, se observarmos a possibilidade do *ao vivo*, tanto na

televisão quando na Internet, ou rádio, o *atual* assume um caráter exacerbado de atualidade, em tempo real.

O autor relaciona o critério da atualidade à criação de recursividade, de notícias em série. Isto é, no “atual” estão fatos pontuais, e encontram-se fatos que estejam no entorno de eventos centrais, “[...] assim, decidem sobre o que deve ser esquecido, o que pode ser significativo apenas no momento e o que deve permanecer na lembrança” (LUHMANN, 2005, p. 67).

Luhmann apresenta relevância local como um critério de noticiabilidade estabelecido, o que também pode ser lido como proximidade, “[...] possivelmente porque no próprio lugar as pessoas sabem informar-se tão bem que qualquer informação adicional ganha importância” (LUHMANN, 2005, p. 59). O critério da relevância local sugere uma compensação. A distância geográfica do leitor é um fator que deve ser compensado, levando em consideração o grau de gravidade, singularidade, peculiaridade, etc., da notícia.

Outro critério de noticiabilidade percebido por Luhmann (2005) é referente às ‘transgressões à norma’. São fatos associados ao descumprimento da lei, a moral e, inclusive, ao politicamente correto. Pode-se enquadrar uma transgressão à norma como um escândalo produzindo, “[...] mais do que de outra forma, um sentimento geral de que todos foram atingidos e estão indignados” (LUHMANN, 2005, p. 60). A noticiabilidade de escândalos, segundo o viés sociológico do referido autor, promove sensação de fortalecimento da moral social.

E isso não ocorre nas formas ostensivas de sermões ou das tentativas de doutrinação, que hoje despertam antes tendências contrárias à socialização, mas nas formas inofensivas do puro noticiário que dá a

todos a oportunidade de chegar à conclusão: “Isso não!” (LUHMANN, 2005, p. 61).

Não obstante, às transgressões à norma somam-se fatos incomuns. Entretanto, esse critério de noticiabilidade está mais associado a desvios (de comportamento moral) do que propriamente a fatos. Luhmann (2005) avalia que esse aspecto é um critério particular pelo fato de servir tanto para manutenção, quanto à reprodução da moral. Serve como uma “[...] contínua auto-irritação da sociedade, uma reprodução da sensibilidade moral, tanto no plano individual como no comunicativo” (LUHMANN, 2005, p. 63). Entretanto, não se aponta tal critério, ou mesmo a função do jornal, normatizar uma sociedade.

Manifestação de opiniões é também considerado um critério de noticiabilidade. A primeira evidência apontada pelo autor, que se refere a esse critério, é a opinião do leitor (seja por e-mail, carta, blog, twitter, etc.). Neste caso, a intencionalidade de dar voz ao leitor reforça a relevância de determinada notícia, isto é, incita o agendamento.

Wolf menciona a “[...] *distorção involuntária* [...] (*unwitting bias*)” como uma característica das organizações jornalísticas. A *distorção involuntária* apontaria para uma característica das redações no tratamento da notícia, “[...] ao modo em que é organizada, institucionalizada e desempenhada a profissão de jornalista” (WOLF, 2005, p. 188). Trata-se de ajustes internos da notícia para manter as condições *normais* do sistema, da redação jornalística. O que para Luhmann (2005) seria a automatização do sistema, a “*distorção inconsciente*” existente nas práticas de produção de notícias, é visto por Wolf (2005) como característica do sistema. Essas estruturas inferenciais são guias para a seleção e apresentação das notícias.

Para a publicação de notícias, há uma exigência prévia de seleção. Essas não são veiculadas de modo aleatório, ou ao acaso. Definitivamente, nem todos os acontecimentos estão em conformidade com as características necessárias às notícias, as quais são enquadradas sob determinados critérios de noticiabilidade.

Wolf (2005), enquanto referência para a categorização e reflexão sobre os critérios de noticiabilidade, faz uma busca em teorias concebidas em meados da década de 1970 em autores como Garbarino (1982), Rositi (1975), Epstein (1981), Altheide (1976), Golding-Elliott (1979), Tuchman (1977) e Magistratti (1981). Período este drasticamente distinto ao atual em se tratando de acesso e disseminação de notícias, bem como, a relação temporal do fluxo dessas informações.

A noticiabilidade refere-se a uma soma de critérios, operações e instrumentos com os quais os editores devem transformar um número infinito de acontecimentos em uma quantidade finita de notícias. Não se trata, portanto, de uma seleção arbitrária. Entretanto, Wolf (2005) ressalta que o sistema – a redação – tem certa elasticidade com a qual pode proceder diante de situações contingentes.

Sendo assim, a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa “matéria prima” (os acontecimentos do mundo) por sua natureza extremamente variável e imprevisível (WOLF, 2005, p. 196).

Quando mencionamos o viés abstrato da noticiabilidade de um fato, inclui-se o que Wolf (2005) chama de distorção involuntária. A falta de espaço físico do jornal impresso para o aprofundamento de uma notícia implica em um recorte no contexto do acontecimento, o que não ocorre no ambiente da rede.

O autor estabelece admissões implícitas ou relativas aos valores-notícia, sendo eles: a) os caracteres substantivos das notícias, seu conteúdo; b) a disponibilidade do material e os critérios relativos ao *produto* informativo; c) o *público*; e d) a *concorrência* (WOLF, 2005). A primeira admissão relativa aos *caracteres substantivos* articula-se no que tange à importância e o interesse da notícia. Desdobra-se em quatro critérios: hierarquia, impacto, quantidade e relevância. Em separado, pontuamos critério a critério:

a) o grau e nível hierárquico referem-se aos indivíduos envolvidos nos acontecimentos, “[...] seja no que concerne às instituições governamentais, seja quanto aos outros organismos e hierarquias sociais” (WOLF, 2005, p. 208). Esse critério está relacionado aos personagens da notícia, isto é, está atrelado ao grau de importância hierárquico econômico, de riqueza ou prestígio;

b) impacto sobre as nações e sobre o interesse nacional evidencia a potencialidade em influenciar ou incidir sobre os interesses de um país. Interesse aproxima-se de significação, isto é, implica em participar de um contexto compreensível a um determinado local. A “[...] relevância referente ao sistema de valores ideológicos e aos interesses próprios do país em questão determina a importância de um evento” (WOLF, 2005, p. 210). Há relação entre proximidade e impacto. O impacto da notícia é acentuado ou diminuído conforme a proximidade de sua ocorrência; tanto proximidade geográfica quanto cultural;

c) a quantidade relativa ao número de pessoas, especificamente, é para Wolf subjacente aos caracteres substantivos da notícia. A quantidade é considerada um critério de noticiabilidade por valer-se de números, ou seja, uma determinada quantidade de pessoas envolvidas em um acontecimento. O grau de

relevância e importância de uma notícia é potencializado em função dessas cifras;

d) os caracteres substantivos das notícias ainda incluem o critério de relevância e significatividade, sob uma perspectiva futura da notícia. Ou seja, em relação “[...] aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação” (WOLF, 2005, p. 212). Wolf (2005) observa em Gans o aspecto do *interesse* do público sob determinada notícia, que se soma a relevância e significatividade.

Gans expõe algumas categorias normalmente usadas para identificar os acontecimentos que respondem a esse requisito de noticiabilidade: *a.* histórias de pessoas comuns que passam a agir em situações insólitas, ou histórias de homens públicos, observados em sua vida privada cotidiana; *b.* histórias em que há uma inversão de papéis (“o homem que morde o cão”); *c.* histórias de interesse humano; *d.* histórias de feitos excepcionais e heróicos (WOLF, 2005, p. 214).

O referido autor desenvolve sua análise considerando os *critérios relativos ao produto e ao meio de comunicação* como fatores que influenciam a noticiabilidade. Porém, ambos os aspectos dizem respeito ao estágio inicial da notícia, enquanto acontecimento. A ver, os critérios relativos ao produto referem-se às possibilidades do procedimento técnico do meio de comunicação. Inclui-se termos como acessibilidade, disponibilidade tecnológica, acessibilidade de cobertura, etc. Percebemos no estudo de Wolf (2005) que há uma hierarquização contestável ao nivelar critérios de *novidade* e *periodicidade* como elementos subjacentes ao produto.

A periodicidade da produção de informação constitui, por si só, o quadro de referência em que são percebidos os acontecimentos no mundo. Sendo assim, a produção cotidiana estabelece uma delimitação diária, e os eventos devem ter ocorrido nas 24 horas entre um noticiário e outro, para merecer sua inclusão neles (GOLDING-ELLIOTT *apud* WOLF, 2005, p. 216).

Entretanto, pode-se entender tal aproximação quando levamos em conta a necessidade da agilidade e disponibilidade técnica para cumprir e satisfazer os critérios de novidade e periodicidade.

Outra proposição concebida por Wolf refere-se a “*critérios relativos ao meio*” (WOLF, 2005, p. 219). Tal critério concerne à qualidade técnica de uma notícia, quando necessárias imagens que ilustrem determinado acontecimento. As imagens e ilustrações devem apresentar padrões técnicos, o que corresponde à substancial parte de texto não verbal das notícias. Sucintamente, o autor aponta *frequência* como sendo um critério relativo ao *meio*. Enquadram-se, pois, aquelas notícias recorrentes no cenário social.

Por frequência de um acontecimento entendemos o lapso de tempo necessário para que ele assuma uma forma e adquira um significado [...]; quanto mais a frequência do acontecimento for semelhante à frequência do meio de comunicação, mais provável será sua seleção como notícia por aquele meio (GALTUNG-RUGE *apud* WOLF, 2005, p. 221).

O formato é um critério no que se refere à disponibilidade de espaço e de tempo para sua veiculação. Trata-se de um fator relativo ao meio e que exige a consideração de outros critérios de noticiabilidade. Por esse quesito compreende-se que uma notícia pode não ser veiculada quando não há espaço ou tempo para tal.

Referindo-se a Gans, Wolf (2005) menciona que o jornalista não conhece seu leitor, e não quer. Porém, atentamos que essa consideração remonta aos idos de 1970. Hoje, percebemos que cada vez mais se investe em pesquisa para decodificar o perfil dos leitores. Os “[...] *critérios relativos ao público*” (WOLF,

2005, p. 222) consistem na seleção de que notícia interessaria ao leitor. Atrelado a isso, leva-se em consideração:

[...] as notícias que permitem uma identificação por parte do espectador; b. as notícias de serviço; c. as chamadas *non-burdening stories*, ou seja, notícias leves, que não oprimem o espectador com muitos detalhes, ou com histórias deprimentes, ou desinteressantes (GANS *apud* WOLF, 2005, p. 223).

O último critério substantivo a notícia é o “relativo à concorrência” (WOLF, 2005, p. 224). Segundo esse critério, notícias seriam veiculadas em função da concorrência, ou seja, mediante exclusividade (ou furos de reportagem).

Não necessariamente os critérios apresentam o mesmo nível de relevância para cada notícia. Assim como o conjunto de critérios aplicados sobre as notícias é variável, alguns são sempre relevantes. Existe uma negociabilidade e relativização em relação a tais aspectos, entretanto, é evidente que esses critérios são essenciais na seleção de notícias a serem publicadas. Os critérios de noticiabilidade são:

[...] avaliados em suas relações recíprocas, em conexão uns com os outros, por “conjuntos” de fatores hierarquizados e complementares a si, e não tomados de forma isolada ou singular; toda notícia requer, portanto, uma avaliação (por mais automática e inconsciente que seja) da disponibilidade e da fidedignidade das fontes, da importância ou interesse do evento da sua novidade, além dos critérios relativos ao produto, ao meio e ao formato (WOLF, 2005, p. 227).

De uma interpretação sociológica proposta por Niklas Luhmann (2005), na qual olha *a realidade dos meios de comunicação* enquanto sistema, às *teorias das comunicações de massa* de Mauro Wolf (2005): o balanço teórico que vemos em ambos os autores nos ajuda a estabelecer um retrato teórico acerca dos

critérios de noticiabilidade. Ambos autores e suas linhas teóricas particulares complementam-se e, a partir de cada qual, se extraem os critérios de noticiabilidade aplicados neste trabalho, como podemos ver ilustrado abaixo:

| Critérios de noticiabilidade:           | Interpretação:  |
|---|---|
| Localismo / Proximidade                 | Quando relacionadas ao entorno geográfico do leitor.  |
| Importância/Relevância/Pertinência      | Referente ao grau de influência sobre a vida do leitor.                                       |
| Quantidade                              | Referente ao número de pessoas envolvidas em determinado acontecimento; números discrepantes. |
| Exclusividade/ Ineditismo/ Concorrência | Referente à posse de notícias em primeira mão.  |
| Qualidade técnica                       | Referente à qualidade estética da notícia.  |
| Atualidade/Novidade/Factualidade        | Referente ao contexto atual, rompimento do esperado.  |
| Conflito                                | Referente a circunstâncias de embate social.  |
| Interesse                               | Referente ao espectro social de abrangência.  |
| Impacto                                 | Referente ao grau de influência social.   |
| Curiosidade/Surpresa                    | Referente ao rompimento do lógico.  |
| Opinião                                 | Referente a pronunciamentos.  |
| Transgressão a norma                    | Referente ao rompimento da ética e moral social.  |

**Tabela 1 - Critérios de noticiabilidade teorizados por Wolf (2005) e Luhmann (2005), organizados por nós.**

Se os critérios de noticiabilidade outrora eram reservados à perspectiva estrita do jornalismo impresso, hoje, devem – obrigatoriamente – estenderem-se aos novos meios de fluxo como *facebook*, *twitter*, *wikipédia*, *blog*, etc. Para todos esses canais, critérios de notabilidade devem ser aplicados e contextualizados a esses espaços, invariavelmente. É como se a mídia refratasse o seu conteúdo como um diamante

(Bradshaw, 2007), isto é, refletindo a mesma luz sobre diferentes espaços. As mídias, então, agiriam de forma referencial e intensificada para outros meios. Sugerimos, hoje, uma mídia de conteúdo fractal, quando um mesmo conteúdo é acomodado sob diversas (plata-) formas. Assim sendo, cabe-nos identificar se os critérios de noticiabilidade são fractais da mesma forma (*tag-news*); isto é, se os critérios acompanham as mudanças de plataformas ou se aplicam-se novos, estabelecendo-se uma sobreposição de conteúdo. Além disso, novos meios devem legitimar-se a partir de uma série de convenções e padrões de legitimação, feitos mediante adaptação/comparação aos meios tradicionais estabelecidos.

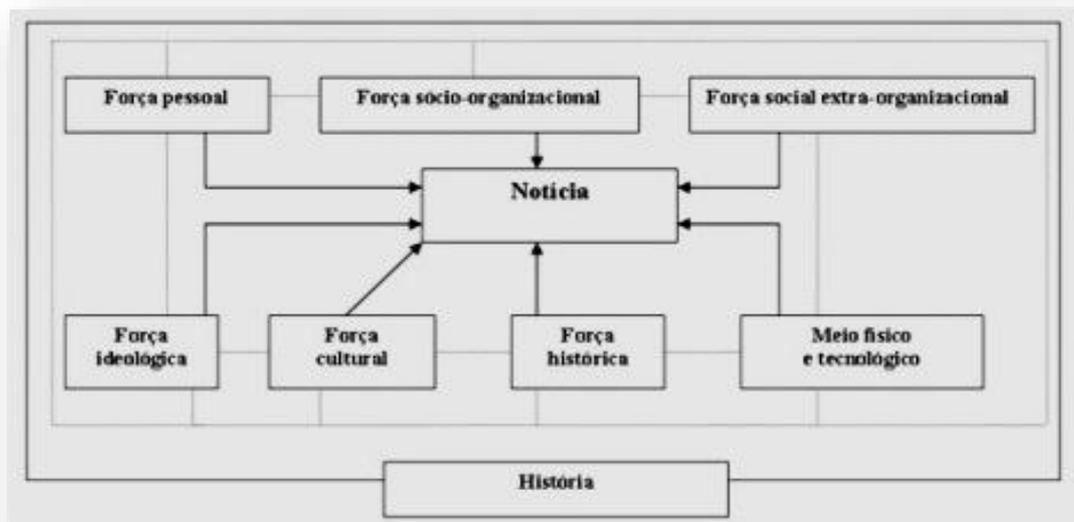
## **CAPÍTULO IV: A COREOGRAFIA DOS ACONTECIMENTOS, UMA OUTRA DIMENSÃO NARRATIVA E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE**

Os critérios de noticiabilidade fazem parte da natureza do jornalismo da mesma forma que as notícias têm um papel social representativo. Percorremos as teorias do jornalismo de autores como Nelson Traquina, Adriano Duarte Rodrigues, Galtung e Ruge, Harvey Molotch, Gaye Tuchman, David White e Michael Schudson, obstinados a entender como os acontecimentos tornam-se notícia. E, a partir desse percurso, propusemo-nos a ressaltar os critérios de noticiabilidade sob as variadas perspectivas apresentadas pelos pesquisadores mencionados. Aquilo que irrompe o esperado – como um raio que atravessa uma pessoa em um centro urbano em horário de pico – é creditado como um dos mais importantes argumentos para um acontecimento tornar-se uma notícia.

A anormalidade do curso repetitivo da rotina, a marginalidade e o desvio social são fortes atributos do papel social das notícias. Entretanto, tais escolhas não ocorrem isoladamente, bem como não se dão aleatoriamente, como iscar um peixe na forte correnteza de informações (fluxo). São estabelecidos valores-notícia, isto é, uma grade subjetiva de pontos é identificada sobre os acontecimentos, aqueles que mais pontos marcarem parecem ter maior chance de fazer parte do noticiário. O julgamento noticioso (*News-judgment*) (TRAQUINA, 1993) é o capital (juízo) do jornalismo presente em todas as suas épocas, sendo intrínseco a si como necessidade em julgar o que tem valor-notícia, as potencialidades de uma informação para que se transforme em uma notícia.

Em uma ordem global de fluxos informacionais estabelecida pela rede, cabe a indagação sobre como esses valores-notícia estão associados a diferentes culturas sociais; sendo pertinente, neste caso, pensar sobre o consenso de noticiabilidade quando as fronteiras políticas, econômicas e sociais encontram-se porosas. Em suma, o que é notícia do outro lado mundo, o é também em outros pontos do globo. Indubitavelmente, as sociedades estão conectadas umas as outras em praticamente todas as esferas, inclusive no que se refere aos interesses em comum e às situações que as afetam diretamente. Galtung e Ruge (1965) avaliam os valores-notícia e, conseqüentemente, os critérios de noticiabilidade como *culture-free*, sendo eles aplicados de forma plana dentro da cultura jornalística; mesmo considerando-os em uma perspectiva a partir da atuação do jornalista, subsidiam o entendimento de que há uma lógica ampla e homogênea na concepção das notícias.

Sousa (2002), por outro lado, pondera que os teóricos do jornalismo não apresentam uma edificação unificada de uma teoria do jornalismo. Para autores como Traquina (2002) ou Viseu (2003), ainda não é possível formular uma teoria do jornalismo; para outros, como Shomaker e Reese (1996) e o próprio referido autor, Sousa (2002), já existe conhecimento suficiente sobre o jornalismo para se estabelecer uma teoria específica. Em uma fórmula descrita por Sousa (2002), a notícia dá-se a partir da função de seis forças (pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico e tecnológico).



**Figura 3 – Processo sincrético da constituição das notícias segundo Sousa (SOUSA, 2002, p.4).**

O coeficiente da notícia leva em conta uma série de atributos e a soma dessas forças responderia o porquê das notícias serem como são e o porquê de termos as notícias que temos, em circulação. É bastante elucidativo pensarmos sobre essas forças, contribuindo para a ideia de que as notícias são originadas desde elementos pessoais, organizacionais, ideológicos, culturais, históricos e tecnológicos. Assim, teoricamente, as notícias se modificariam com o passar do tempo e das estruturas sociais de cada época, levando em conta as transformações sociais como um todo.

As teorias científicas são elaboradas com premissas enunciativas, claras e breves, além de universais, traduzidas matematicamente e preditivas. Sua constância é um elemento teórico importante, não se baseando no acidental (SOUSA, 2002).

Percepciona-se que (1) a notícia jornalística é o produto da interação histórica e presente (sincrética) de forças pessoais, sociais (organizacionais e extra-organizacionais), ideológicas, culturais, históricas e do meio físico e dos dispositivos tecnológicos que intervêm na sua produção e através dos quais são difundidas; (2) que as notícias têm efeitos cognitivos, afetivos e comportamentais sobre as pessoas e, através delas, sobre as sociedades, as culturas e as civilizações (SOUSA, 2002, p.3).

As notícias, então, são contextualizadas por meio de pessoas e circunstâncias (todas as forças descritas), isto é, o seu efeito está atrelado aos leitores que as consomem e à forma e às condições em que são feitas as leituras (acesso/meio). Concordamos com o referido autor quando ele sublinha que as notícias sofrem influência direta do sistema cultural no qual são produzidas. Estendemos a uma abrangência mais profunda ao perceber, na constituição das notícias, estampada uma gramática cultural. Isso inclui referências de significação do que é noticiado; assim, o leitor observa pontos de identificação que auxiliam na leitura e compreensão do que está no noticiário.

Quando consideramos o formato (o meio) no qual determinada notícia flui, como fator de influência sobre a sua concepção, não estamos caminhando pelo viés tecnológico determinista, mas, considerando o espaço como um elemento que pode modificar a decisão de noticiabilidade. Supomos que quanto mais espaços e plataformas estiverem disponíveis, um número maior de informações passaria a ser considerada notícia, que não em outro tempo de outros espaços e tempos.

Os efeitos de uma notícia variam em função do meio. É diferente consumir uma notícia na rádio, onde a mensagem oral, para ser compreensível, tem necessariamente que ser breve, uma notícia na televisão, onde se pode aliar a imagem em movimento ao texto-off, uma notícia na imprensa, que pode ser mais aprofundada e incluir imagens fixas, e uma notícia na internet, onde o consumidor pró-ativo pode traçar o seu próprio caminho na busca de informação ( SOUSA, 2002, p.8).

A construção narrativa clássica do jornalismo é baseada no relato da novidade, e aponta um sujeito, objeto, causa, maneira, lugar e tempo (SOUSA, 2002). Todavia, a retórica almeja a busca pela verdade e o distanciamento da ficcionalidade, este obtido por meio da objetividade. As notícias delimitam-se no tempo e no espaço: estes são vetores para a construção de qualquer estória jornalística. Quando

organizadas sob tais prismas, a compreensão das notícias passa a ser palatável e concreta. Dessa forma, o posicionamento espaço-temporal garante e legitima o jornalismo como o conhecemos. O neologismo “*cronomentalidade*” resume essa questão do entendimento do jornalismo calcado no prisma espaço-tempo (SOUSA, 2002, p. 1-19).

A rotinização das organizações jornalísticas é uma forma de evitar o vazio, a falta de informações, isto é, a rotina garante o *status quo* do sistema, como se estivesse sempre pronto para cobrir qualquer que seja a notícia. Questionamo-nos como essa rotina é estabelecida na produção do jornalismo digital: o *continuum* da rede viabiliza ou desestabiliza essa rotina de produção? O ponto que salientamos é a relação entre as notícias serem como são e o negócio jornalismo; a política editorial como fator influenciador dos critérios de noticiabilidade.

[...] o ciberjornalismo deve ser capaz de perceber as capacidades e a estética dos novos media, o que inclui o entendimento da natureza interativa dos media digitais em rede e a aprendizagem de novas maneiras, não lineares ou multilineares, de narrativa jornalística. Por isso, o ciberjornalismo deve ser, na formulação do autor, cross-media-trained (PAVLIK, 2001 *apud* BASTOS, 2010, p. 5).

A considerada não linearidade da narrativa do jornalismo em rede imprime a supremacia do conteúdo sobre a forma: nas *hipernotícias*, o conteúdo é o principal atributo do jornalismo, o que implicaria ou promoveria uma nova maneira de pensar e realizar notícias.

“É acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história dentre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais” (RODRIGUES, 1993, p. 27), nos assegura Adriano Duarte Rodrigues. Os acontecimentos tornados notícia são estabelecidos a partir da construção de uma narrativa. Nesse sentido, a narrativa jornalística interessa-nos com o propósito de observá-la por ser dela que se

identificam os critérios jornalísticos aplicados no discurso noticioso. Imprevisibilidade e improbabilidade são atributos constitutivos à noticiabilidade, quanto menos provável e previsível for dado acontecimento, maiores as chances de compor o discurso jornalístico. Assim sendo, o discurso do jornalismo e os critérios de noticiabilidade são, respectivamente, constituído e constituinte.

No discurso jornalístico, o acontecimento constitui o referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação. Por isso, uma das regras da prática jornalística consiste em afirmar que a opinião é livre mas que os fatos são soberanos (RODRIGUES, 1993, p.27).

Uma espécie de lei de probabilidades acompanha a construção da narrativa jornalística: o acontecimento deve ser da ordem do extraordinário, no entanto, vemos consolidado, no léxico jornalístico, uma sucessão de repetições, inclusive extraordinárias. Mesmo que a notícia conforme-se como tal, a frequência de seu acontecimento estabelecerá o grau de impacto e a sua abrangência de circulação. A notabilidade, como prefere o referido autor, inclui registros de excessos e a irrupção da normalidade dos corpos individuais, coletivos e institucionais. A falha é apontada como um critério de notabilidade, atributo que contempla acontecimentos irregulares ao esperado, desde o anúncio de concordata de uma multinacional americana a *tsunamis* no Oriente, por exemplo. São, pois, registros que conferem a dimensão de repercussão para além de um desenho geográfico social, político, econômico ou cultural e que se instauram, supostamente, como rígidos, por atingir direta e indiretamente *corpos* de todas as partes do mundo. A inversão é outro registro valorativo (critério de noticiabilidade) sobre o acontecimento, como um ladrão ser assaltado pela vítima; o efeito *boomerang*.

O discurso noticioso registra o rompimento do *status quo*, do devir, e representa a anti-história. Uma perspectiva bastante interessante, apontada por Duarte Rodrigues (1988), é conceber as notícias como o negativo da racionalidade; a previsibilidade compõe a racionabilidade, aferida pela monotonia, a regularidade e a rigidez das causas. A notabilidade está presente na imprevisibilidade dos acontecimentos, no arrojo do esperado.

Pertencia na antigüidade ao campo da adivinhação e da premonição, dois processos para exorcizar o seu caráter aleatório considerado como demoníaco e inquietante, perturbador da ordem pendular que rege a normal sucessão dos fatos, permitindo assim a sua dominação (RODRIGUES, 1993, p.29).

O discurso jornalístico faz parte de um processo de unificação de acontecimentos inesperados, valorando-os de acordo com critérios de noticiabilidade pré-estabelecidos. A título de curiosidade e ilustração do inesperado, destacamos uma manchete verídica: “Em Natal, homens a cavalo assaltam ônibus, dão chicotada em motorista e fogem com 250 reais” (fonte: [urlm.in/1ldq](http://urlm.in/1ldq)). Os critérios de noticiabilidade aplicados sobre o acontecimento ilustrado demandam uma análise apurada (não vindo ao caso, neste momento), no entanto, claramente, reforça o aspecto de rompimento do esperado que inventariamos. A escala de notabilidade de acontecimentos é relativamente vasta e organizada sob critérios de noticiabilidade definidos, os quais identificam e valoram as informações. A construção da narrativa sobre determinada informação, estruturada em notícia, assume atributos e qualidades suficientes para ter ampla visibilidade e conhecimento público.

Não obstante, os meta-acontecimentos, neologismo trazido por Duarte Rodrigues (1988), sugerem que o próprio discurso jornalístico é fonte de acontecimentos com valor de notícia; em outras palavras, notícias geram notícias

enunciativas. Os meta-acontecimentos convencionam os acontecimentos possíveis, notícias sobre tudo aquilo que pode vir a ocorrer; trata-se, pois, do devir noticioso.

É sempre uma ordem ditada em função das dimensões associadas do querer-dizer, do saber-dizer e do poder-dizer. Articula as instâncias enunciativas do sujeito e do objeto de enunciação, individuais ou coletivas, os agentes e os atores (RODRIGUES, 1993, p.30).

O devir discursivo faz parte da narrativa noticiosa, e os próprios acontecimentos passam a ser referência enunciativa desse narrar. O que o autor afirma é que, juntamente com atos locutórios – o relato dos acontecimentos em si –, são gerados atos ilocutórios. Ligados a esses discursos que são de credibilidade, há atributos de sinceridade, clareza, justeza, coerência, correção, satisfação e aceitação. Os acontecimentos assumem características do locutor, inerentes ao meio (media), aos profissionais (jornalistas) e ao discurso jornalístico (notícias).

Os critérios de noticiabilidade e a sua narrativa dão-se com regras próprias de enunciação. Inclui-se, nessa construção discursiva dos acontecimentos, a opinião de não-jornalistas, com conteúdo ilustrativo desses fatos. Aos jornalistas cabe a objetividade enunciativa e, aos não-jornalistas, um discurso complementar e mais subjetivo (opinião). Essa narrativa subjetiva é construída pelo próprio jornalista que busca o discurso de terceiros para dizer aquilo que ele próprio tem interesse em contar. Conseqüentemente, esse discurso assume um *status* objetivante, característico do jornalismo:

A afirmação das componentes valorativa, normativa e prescritiva do discurso pretensamente objetivo e factual não equivale à descoberta de qualquer vício a erradicar do discurso. Consiste na afirmação de que não é possível separar estas diferentes dimensões e de que é a pretensão objetivante que serve de estratégia para encalçar a credibilidade dos corpos sociais que fazem do discurso a sua profissão (RODRIGUES, 1993, p.32).

A credibilidade e o comprometimento com a verdade sobre o que se relata são características indissociáveis ao jornalismo. Os critérios de noticiabilidade compõem, portanto, de forma intrínseca, os aspectos da profissão.

Difícilmente o leitor pode verificar a veracidade das notícias com os seus próprios olhos, inclusive sobre a composição narrativa do conteúdo subjetivo (testemunhos, opiniões). Na rede, entretanto, acontece uma espécie de cobertura informal, na qual leitores passam a colaborar de forma ativa e de vários modos sobre o que é noticiado. Obviamente, determinadas notícias – como de bastidores políticos, economia, policial – dificilmente são verificadas por não-jornalistas. Por outro lado, a cobertura de acontecimentos cotidianos está, cada vez mais, sendo contada em uma espécie de narrativa paralela, em razão das potencialidades tecnológicas e de conectividade da rede e mobilidade.

Mesmo o jornalismo constituindo-se para além de determinismos de forma, o meio estabelece uma estrutura narrativa, organiza o léxico fragmentado dos acontecimentos e dá sentido de unidade espaço-temporal aos acontecimentos. O meio, então, credencia uma forma narrativa particular a si e a construção discursiva na rede assemelha-se ao que vemos no jornalismo impresso.

As notícias são postas a partir de um procedimento intencional, como consideram Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974). Sendo assim, os registros de noticiabilidade são a soma de valores-notícia calculados sobre os acontecimentos e permitem avaliar em que grau isso ocorre (*newsworthiness*). Existem inúmeras análises sobre tais critérios, sobre diversas perspectivas e com diferentes metodologias, sendo que, no decorrer deste estudo, indicaremos os que julgamos mais relevantes. Nossos autores de referência, Nelson Traquina (1993), Adriano Duarte Rodrigues (1988), Galtung e Ruge (1965), Harvey Molotch (1974), Gaye Tuchman

(1972), David White (1964), Michael Schudson (1982), entre outros, apresentam consonância em descrever uma característica basal que valoriza qualquer acontecimento: a imprevisibilidade, aquilo que irrompe acidentalmente na superfície epidérmica dos corpos como reflexo inesperado, como efeito sem causa, como puro atributo.

Esses atributos valorativos regem as noções fundamentais acerca dos acontecimentos; nesse sentido, destacam-se os acontecimentos de rotina (*routine events*) (MOLOTCH, LESTER, 1974, p. 106). As notícias desenham uma perspectiva de realidade, já que é por meio delas que acompanhamos esta construção: ouvimos, lemos e vemos remotamente o que ocorre em diferentes espaços e tempos. O repertório noticioso constitui a referencialidade social contemporânea. A partir dele, observamos e agregamos significados ao que chega até nós.

De uma maneira análoga à criação de um mundo espacial com sentido, esses acontecimentos são usados como pontos de referência temporais para o ordenamento do passado e do futuro. Os passados e os futuros são construídos e reconstruídos, como um processo contínuo das rotinas diárias (MOLOTCH; LESTER, 1974, p. 101).

Verificamos que, cada vez mais, acompanhamos acontecimentos que não presenciamos, que nem ao menos nos dizem respeito ou afetam diretamente. Isso se deve à ampla cobertura e à conectividade da rede.

Os *happenings* são acontecimentos que demarcam a passagem do tempo, tratam-se de pontos de referencialidade temporal. É estabelecida uma unidade temporal coletiva e compartilhada, em que os acontecimentos parecem estar padronizados e organizados. Já vemos, dessa forma, uma universalidade global do tempo que, em outro momento, era bastante fragmentado e, de certa forma, localmente enraizado.

Molotch e Lester (1974, p.104) identificam uma prática comum no jornalismo, os *event needs*, as necessidades de acontecimentos; ou seja, são notícias geradas a partir de apostas, acontecimentos já existentes, de modo que o anúncio da taxa de desemprego gera notícia sobre qualidade de vida, por exemplo. Os autores, além disso, compartimentam os agentes envolvidos com os acontecimentos em três esferas, os promotores de notícia (*News promoters*), os jornalistas (*News assemblers*) e os consumidores (*News consumers*). Os promotores da notícia são aqueles que presenciam um determinado acontecimento e tornam-no público, de alguma forma, para o maior número de pessoas possível. As tecnologias móveis, a alta conectividade e a possibilidade de compartilhamento legitimam grande parte dos usuários como promotores da notícia em potencial. Entretanto, é pertinente distinguir a formalidade organizacional dos *media*, afinal estes são pautados por padrões e rotinas de trabalho, critérios de seleção e produção de conteúdo, perspectiva de mercado, da informalidade da atuação de não-jornalistas. Tratam-se, desse modo, de lógicas, metodologias e tipos ideais distintos, como já mencionamos anteriormente.

Molotch e Lester reconhecem alguns critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas para estabelecer acontecimentos, assuntos ou problemáticas com valor-notícia. Os autores subdividem os critérios em acontecimentos de rotina (habitual) e acontecimentos antirrotina (disruptivo), os quais compreendem os acidentes, os escândalos e o acaso (*serendipity*). São acontecimentos, na verdade, que rompem o *status quo* do sistema, integram a ordem da surpresa, da ruptura e do choque. Os autores avaliam que as ocorrências importantes – como um critério de noticiabilidade bastante relativo e variável – apresentam um caráter de referencialidade temporal, isto é, que demarca o tempo (1974, p.105-110).

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
|                         | Happening<br>Accomplished<br>Intentionally | Happening<br>Accomplished<br>Not Intentionally |
| Promoted<br>by Effector | Routine                                    | Serendipity                                    |
| Promoted<br>by Informer | Scandal                                    | Accident                                       |

**Figura 4 - Esquema de classificação dos acontecimentos (Molotch; Lester, 1974, p.111)**

Além dessa referencialidade temporal, há um entendimento de que as notícias são simbolicamente gregárias, ou seja, promovem uma sensação social de unidade, comunhão (KATZ, 1980). Nesse caso, o autor considera que o sentido de comunhão está sendo contestado. Observando a fragmentação do fluxo de informações, verificamos essa unicidade informacional cada vez mais distante. Mesmo que ainda esteja fortemente rotinizada por uma estrutura gregária de informações, a sociedade já caminha em uma estrada de múltiplas vias de fluxo e acesso informacional.

Ainda que centralizado na televisão, o estudo de Elihu Katz (1980) identifica inúmeros critérios de noticiabilidade relevantes para o nosso levantamento teórico. O pesquisador assinala a importância de um personagem na estruturação de uma notícia (um herói ou vilão). Avalia, ademais, que o jornalismo ocidental enfatiza a negatividade dos acontecimentos, assim como o conflito: nação contra nação, homem contra homem, homem contra natureza. A proposição de uma tipologia (critérios de noticiabilidade) dos acontecimentos, neste particular, evidencia: missão heróica, ocasião de estado e competição (KATZ, 1980, p.3).

A ideia do premiado autor a respeito do senso de ocasião parte do princípio de que os *media* (então, tradicionais) promovem uma confortável sensação de unicidade

social, isto é, que todos partilham de uma mesma realidade social, ao mesmo tempo e espaço; a constituição dos *media* tradicionais ocasionaria a sensação de coesão social. É óbvio que ainda estamos em um período intermediário dessa modificação de produção e consumo de conteúdos e produtos mediáticos; todavia, essa fase está acelerada em sua transformação, mesmo que formas de produção e consumo ainda convivam por um tempo – há uma coexistência entre mídias, para mais adiante uma sobreposição e, mais além, sua transformação ou extinção.

Em se tratando de notícias, Katz (1980, p.1-10) aponta duas possíveis interpretações dos acontecimentos transformados em conteúdo das mídias: as notícias e os eventos mediáticos. A distinção declara a forma organizativa dos *media* em relação ao fluxo informacional. As notícias propriamente ditas seriam o relato absoluto de determinado acontecimento, como a morte de um presidente de Estado. O pós-acontecimento é enquadrado como parte de um evento mediático, o que, em outras palavras, trata-se da cobertura do desdobramento de determinado fato. Isso, de acordo com a exemplificação, seria a cobertura do enterro do presidente, acompanhado de toda *mise-en-scène* mediática. Entretanto, esses acontecimentos, chamados por Katz (1980, p. 1) de “*high holidays*”, são importantes por reestabelecerem – mesmo por um determinado tempo – a sensação de ocasião social (comunhão, comoção social).

[...] the paradigmatic media event is one organized outside the media but which may well be transformed in the process of transformation. The element of high drama or high ritual is essential: the process must be emotion-laden or symbol-laden, and the outcome be rife with consequence (KATZ, 1980, p.1).

Isso quer dizer que os eventos mediáticos são pré-planejados, não sendo espontâneos nem inesperados; e esses eventos são enquadrados no tempo e no espaço.

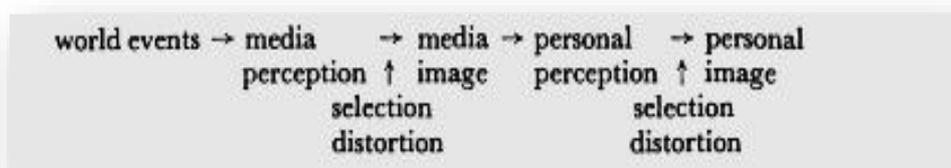
Paradoxalmente, o inesperado é esperado. Outro aspecto dos eventos mediáticos é a centralidade de um personagem, como um chefe de estado, um time de futebol, uma equipe de cientistas ou astronautas. Para tais eventos, entre alguns ingredientes básicos, é necessário formatá-los com um alto teor de ritualidade e dramaticidade, tornando mandatória a sua audiência.

Os eventos mediáticos trazem muito da essência do jornalismo como um todo, sobretudo a ênfase nos acontecimentos negativos e nas coisas que não se saem bem. Katz (1980) argumenta que os jornalistas são cínicos e mantêm-se distantes dos eventos mediáticos, narrando-os como se fossem legítimos “mestres de cerimônia”.

A perspectiva de “*sense of occasion*” contrapõe-se à lógica de produção e consumo no fluxo da rede, sendo experiências cada vez mais individualizadas e compartilhadas em grupos, o que suscita uma quebra paradigmática na estruturação do jornalismo como um todo. Essa sensação de ocasião, congregando uma comunhão social diante de determinados acontecimentos pode ser vista na perspectiva de rede; está, entretanto, modificada. É por meio das redes sociais, também, que as comoções sociais contemporâneas são expressas, em escala global e simultânea. O “*sense of occasion*” transposto para a era digital e de fluxo é participativo e ativo; e há uma peculiaridade que nos chama atenção: os eventos mediáticos estão redimensionados. Estes são comuns na era digital, pois vemos uma pré-disposição a comoções e engajamentos sociais na rede. Nessa perspectiva, o número de pessoas consumindo uma mesma informação é exponencialmente maior que em qualquer outro veículo. Esse fenômeno acontece de forma instantânea e é passível de compartilhamento.

A busca por respostas sobre como e por que os acontecimentos tornam-se notícias traz à tona critérios de noticiabilidade. Baseando-nos na lista de critérios de noticiabilidade proposta, pela primeira vez, por Galtung e Ruge (1965), é possível

identificar outros critérios que permitiriam aos jornalistas e responsáveis editoriais enquadrar os fatos relatados na categoria de notícias, como sejam o momento, a proximidade, a personificação, a negatividade e ainda a inexistência de dúvidas sobre os fatos que relatam. Galtung e Ruge (1965) estabelecem onze critérios de noticiabilidade: frequência, amplitude, clareza, significado, consonância, inesperado, continuidade, composição, referência a países de elite, personalização e negatividade. Da mesma forma que Katz (1980), Galtung e Ruge (1965) identificam, na narrativa noticiosa, a existência de um personagem, uma pessoa ou uma coletividade, acrescentando que os acontecimentos giram em torno desses sujeitos e de suas ações. Ressaltam também que o valor-notícia da consonância, que é a qualidade de repetição das notícias. O quadro, em continuidade, ilustra a cadeia de comunicação noticiosa:



**Figura 5 - A cadeia de comunicação das notícias (GALTUNG; RUGE, 1965, p.65).**

Os autores definem uma metáfora entre as notícias e a frequência de rádio e, desta, evidenciamos valores-notícia indiretamente estabelecidos. Na descrição comparativa, identificamos os seguintes valores: sintonia, força (amplitude), clareza e equivocação, significado, consonância, inesperado, repercussão, elite, termos pessoais e negatividade (1965, p.65).

Probabilidade e superlatividade caracterizam a análise dos autores sobre o valor dos acontecimentos. Se a frequência do sinal não estiver em sintonia, não haverá registro. Da mesma forma, quanto mais força apresentar o sinal e maior for a sua

amplitude, maior a probabilidade de audição. A frequência deve apresentar o mínimo de ruído possível, devendo ser clara e inequívoca, de tal sorte que aumenta a probabilidade de audição quanto mais significativa for a frequência. A consonância, por sua vez, diz respeito à relação mental do que se espera ouvir: quanto mais consonante, maiores as chances de audição de determinada frequência. Da mesma forma, crescem as chances de audição quanto mais inesperado for o sinal. A repercussão, ou a quantidade de sintonizações, potencializa a audição da frequência. Acontecimentos que tratem das nações e pessoas de elite são frequências com forte atributo de notabilidade. De forma análoga, termos pessoais, ações de indivíduos e as suas consequências são frequências com grande probabilidade de audição. A negatividade aumenta as chances de audição de uma frequência (GALTUNG; RUGE, 1965, p.65-72)

São levantadas algumas suposições no que tange a um acontecimento ganhar o *status* de notícia. Quanto maior o número de critérios identificados em um acontecimento, maiores as chances de tornar-se uma notícia; após a seleção, salienta-se do acontecimento o que se quer chamar mais atenção – distorção (GALTUNG; RUGE, 1965, p.71); e a última hipótese levantada pelos autores é a de que tanto o processo de seleção como o processo de distorção terão lugar em todas as fases da cadeia, desde o acontecimento até o leitor (repercussão). Devemos esclarecer, nesse aspecto, que a distorção é uma qualidade do trabalho do jornalista que busca acentuar determinados aspectos do acontecimento para torná-lo mais compatível ao desejo do leitor (imagens mentais).

Em suma, Galtung e Ruge (1965) observam que os critérios de noticiabilidade giram em torno de acontecimentos relacionados a pessoas e nações de elite; há prevalência de negatividade sobre pessoas e nações de elite; portanto, em geral,

notícias de natureza negativa. Os autores ainda sugerem que se observem os *media* noticiosos como entidades indivisíveis e impessoais (1965, p. 65), ou seja, que sejam compreendidos como um todo único, sem distinções entre agências locais, globais, jornalistas, editores, diagramadores, etc. Além do que se considere que o fluxo é constante, uma equivalência axiomática de que alguma coisa está sempre ocorrendo a alguém.

Galtung e Ruge (1965, p.70) asseveram que os acontecimentos viram notícias quando satisfazem as seguintes condições: frequência; fronteiras; intensidade; significado; proximidade cultural (relevância); previsibilidade; demanda; inesperado; imprevisível; escasso; desdobramento; composição; referência à elite.

A lista trazida pelos autores inclui os seguintes valores-notícias (1965): a) frequência: são aqueles eventos rotineiros e de certa forma certos, isto é, acontecimentos que se sustentam por si próprios, tais como acidentes de avião, assassinatos, etc. São eventos de curta duração e que se encaixam facilmente no fluxo de distribuição dos *media*; b) tamanho (*threshold*): o quão grande é um evento, a sua escala de repercussão; c) ambiguidades: quanto menos ambiguidade, maior sua notabilidade; d) significação: contextualização, a proximidade cultural; e) consonância: se o evento corresponde às expectativas da mídia; f) inesperado: o rompimento da normalidade, quando o homem morde o cão; e, g) continuidade: eventos com possibilidade de desdobramento.

Os critérios de noticiabilidade são, de certa forma, uma maneira de os jornalistas estabelecerem a objetividade sobre os acontecimentos relativos à realidade social. De acordo com Tuchman (1972, p. 660-679), os jornalistas definem rituais em sua rotina de trabalho; estes são, também, uma estratégia performativa. Assim sendo,

embutimos os critérios de noticiabilidade nessa perspectiva ritualística, como uma maneira de operacionalizar o serviço de seleção de notícias.

A exatidão dos fatos noticiados é uma característica intrínseca ao trabalho do jornalista e, para isso, argumenta-se que há a necessidade de seguir procedimentos que diminuam o risco de subjetividades no tratamento dos acontecimentos. No estudo sobre objetividade como ritual de estratégia (TUCHMAN, 1972), percebemos ser mais fácil que o jornalista atue de forma imparcial e impessoal na cobertura noticiosa, o que torna o sistema mais produtor e seguro em relação a processos difamatórios. A asserção dos jornalistas de que os fatos falam por si é esclarecedora: assim, a sua narrativa será objetiva, impessoal e imparcial. Todavia, a construção dessa narrativa não ocorre de forma aleatória; é feita a partir da escolha pessoal do jornalista, da editoria, do núcleo redacional. Os cinco servidores da notícia – quem, o quê, onde, como e por quê – são diretrizes narrativas subjacentes aos critérios de noticiabilidade, responsáveis pela transformação de um acontecimento em uma notícia de fato.

Por meio do agendamento e da ideia de ordenação do tempo e espaço, os *media* tentam planejar o futuro, o que garante a rotina sobre a seleção dos acontecimentos. Segundo Traquina (1993), o fator tempo influencia a cobertura jornalística dos acontecimentos e constitui em si um critério de noticiabilidade, podendo servir como “cabide” para pendurar a notícia ou atuar como justificativa devido ao conceito de “atualidade”.

Tuchman (1972, p. 170) intitula *News net* a captura dos acontecimentos, analogamente a uma teia de aranha que captura os insetos que voam pelo ar. A autora argumenta que há três estratégias utilizadas pelas empresas jornalísticas para tal cobertura: a) a territorialidade geográfica: dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial; b) a especialização organizacional: estabelecem sentinelas

em certas organizações que, do ponto de vista jornalístico, produzem acontecimentos noticiáveis; c) a especialização em termos de temas: auto-dividem-se por seções que enchem certas rubricas do jornal.

Diferentemente de Galtung e Ruge (1965), Soloski (1989) considera que a organização jornalística estrutura-se como um sistema aberto, composto por subsistemas interligados e regidos por meios de controle. Interpretamos esses meios de controle como formas de padronizar a narrativa. Entre eles estariam os critérios de noticiabilidade. Controle, assim entendido, refere-se a estabelecer uma estabilidade (previsibilidade) no sistema. Ambientes complexos e imprevisíveis – de certa maneira, instáveis como a rede – requerem atenção especial quanto ao comportamento das notícias. Pretendemos, mais adiante, compreender melhor esse fluxo noticioso estruturado na rede, a fim de desvelar os valores e os critérios de noticiabilidade presentes nesse meio.

Soloski (1989) descreve o sistema jornalístico como um ambiente bastante imprevisível, uma vez que é permeado por notícias que pululam ascendentemente. A decisão sobre as notícias é realizada em tempos variáveis, de acordo com o ciclo de publicação; porém, geralmente, é feita em um curto período de tempo. Os jornalistas são os autônomos e os responsáveis absolutos no processo de seleção de notícias. Está vinculado a essa afirmação o entendimento de Soloski (1989) sobre o *News judgement*, que diz respeito ao julgamento do jornalista sobre o potencial dos acontecimentos. Esse juízo, todavia, pode se alterar, mesmo que o objetivo seja manter o *status quo* (previsibilidade) do sistema.

*News judgement* exige que a noticiabilidade de um acontecimento esteja relacionada com o afastamento daquilo que se considera normal. Ao concentrar-se no desvio, no estranho e no insólito, os jornalistas defendem implicitamente as normas e os valores da sociedade. Como as fábulas, as estórias noticiosas contêm uma moral oculta (TRAQUINA, 1993, p.97).

É esclarecedor compreender que o jornalismo detém-se no relato do negativo, para estabelecer, assim, um referencial social do mal. Evidentemente, não se trata apenas desse aspecto isoladamente, do mesmo modo que o autor pondera ser simplista determinar que a seleção de notícias e de fontes tenha motivações estritamente políticas. Não se quer, por outro lado, fazer entender que esse *modus operandi* é engessador: o jornalista consegue narrar e construir as notícias (estórias) de forma ampla; entretanto, é regido por critérios de noticiabilidade estabelecidos.

A objetividade é resultado de uma concepção narrativa das notícias, mas não se configura como sinônimo absoluto de imparcialidade e distanciamento; é a busca por relatar os acontecimentos do modo mais imparcial e equilibrado possível. Hackett (1984, p. 229-259) desacomoda o binômio parcialidade/objetividade discutindo o declínio de um paradigma. Considera inclinado ou tendencioso quando o que está sendo reportado apresenta pouca distinção entre o autor e as suas interpretações (MACLEAN, 1981 *apud* HACKETT, 1984, p. 230).

O autor destaca que pode ocorrer certa inconsistência sobre o conceito de *bias* em duas circunstâncias: quando há falta de equilíbrio entre diferentes pontos de vistas, e quando há uma visão tendenciosa ou distorcida da realidade (*distortion/imbalance*). A falta de equilíbrio (*imbalance*) está associada a ideias como privilégio, unilateralidade e parcialidade; já distorção (*distortion*) sugere termos como deformidades e estereótipos. O critério de distorção só é possível quando há pontos de referência disponíveis, ou seja, recursos (conteúdo) para a construção da estória noticiada. Além disso, esse critério é apropriado quando não há pontos de vista legítimos em disputa, sendo aplicado, assim, o critério de equilíbrio (*balance*).

A partir de um contexto específico de análise sobre a cobertura política norte-americana, cabe ressaltar que o equilíbrio e a igualdade são aspectos bastante utilizados para a polaridade das notícias, oferecendo igual oportunidade para a discussão de pontos de vista conflitantes, bem como garantindo o mesmo tempo e a exposição. Resvalando para além da questão política, esses padrões, de certo modo, são representativos da lógica do jornalismo como um todo. Hofstetter e Buss (*apud* Hackett, 1984, p. 232) propõem que o conceito de *bias* seja tratado como seletividade, a qual pode levar ao desequilíbrio, à inquietação ou à injustiça no tratamento de indivíduos ou assuntos.

Os padrões de reportagem são constituintes da estrutura das *bias* e são relacionados ao meio para o qual se designam. Por essa razão, os estudos sobre *bias* (viés, polaridade, direção) aceitam algumas suposições, tais como o dever da mídia em refletir a realidade social de forma justa e equilibrada. Nesse sentido, um ideal de objetividade inclui não transmitir juízo de valor e usar técnicas de reportagem (critérios de noticiabilidade) e uma linguagem neutra. Um paradoxo, porém, instaura-se ao percebermos subjetividade na objetividade jornalística.

Outro pressuposto constituinte das *bias* trata do obstáculo para manter o equilíbrio, que se refere a neutralizar juízos políticos dos jornalistas. Finalmente, o último pressuposto está vinculado a questões de favoritismo político ou tendência/interesse sobre aquilo que é noticiado (HACKETT, 1984, p. 232-233).

O autor ainda propõe algumas características sobre notícias, que devem ser objetivas, equilibradas e reflexos da realidade social. Para manter a imparcialidade, há instituída uma referencialidade de equilíbrio e uniformidade na concepção da notícia que, entretanto, nem sempre está evidente. Nesse sentido, os critérios de noticiabilidade seriam um dos alicerces para o regime da objetividade e da

imparcialidade. Nesse contexto, o partidarismo é a forma de parcialidade mais evidente e as atitudes políticas são fatores influentes sobre esse desvio na atividade jornalística.

O jornalista justapõe um contraste de pontos de vista e conclui uma síntese própria, indicando que a verdade recai em algum lugar entre eles (HACKETT, 1984, p. 234). A objetividade jornalística, assim, é o resultado de uma visão não distorcida dos fatos, razão por que exige uma observação imparcial e neutra. A mediação social feita e estabelecida pelo jornalismo não se dá apenas pela linguagem, não sendo suficiente para transmitir significado e/ ou a verdade sobre os fatos. Isso se deve à necessidade de um contexto para que os fatos organizem-se e assumam coerência e significância. “They not only place and identify those events; they assign events to a context” (HACKETT, 1984, 234). Uma consideração de David Morley é citada por Hackett (1984, p.235): a linguagem por si própria não é neutra, é uma soma de escolhas e avaliações implícitas no que se observa e relata.

Da mesma maneira que os *media* retratam a realidade social, devem-se manter separados dos eventos que retratam. Nesse sentido, Molotch e Lester (1974) problematizam o conceito de eventos e *bias*. Os autores observam que os *media* são uma sequência de repórteres-refletores-indicadores de uma realidade exterior. Hackett (1984) considera que eventos são aqueles acontecimentos que merecem atenção e que demarquem o tempo, bem como sejam úteis para o maior número de corpos sociais. Os *media*, assim, além de contribuir para o desenho da realidade social, amplificam e legitimam a estrutura social. A realidade, conforme o autor, não pode ser concebida como, simplesmente, os fatos como eles se apresentam, já que é sempre mediada. A análise do conteúdo é relacionada à questão das *bias*, trazida por Hackett (1984, p.241), em três aspectos: *bias* são normalmente quantificáveis em tempo ou espaço; a

repetição de unidades de conteúdo está associada ao impacto público; e, mesmo com a prerrogativa da neutralidade, existe a intencionalidade do jornalista sobre as notícias.

Da mesma forma que podemos extrair partes de um contexto específico e construir uma nova ideia, os jornalistas e os *media* noticiosos podem fazer o mesmo. A concepção feita sobre esses sujeitos e instituições de que são observadores neutros em relação aos fatos talvez não seja determinante em seu relato. As notícias por si só inexistem, elas precisam de mediação, a partir de um processo bastante complexo e que envolve pessoas e organizações. Isso porque elas são resultantes da junção de recortes (informações). Sendo assim estão presentes no processo de mediação e constituição das notícias os pontos de vista, conselhos editoriais e questões mercadológicas. O autor ainda pondera que as notícias constroem uma realidade externa, a partir da ideia de imparcialidade, transparência e neutralidade.

As notícias são o produto do jornalismo e são estruturadas a partir de critérios de noticiabilidade e valores notícia que circundam a anormalidade, a negatividade e a elite, sendo que todos os acontecimentos são contextualizados em mapas culturais para, assim, terem sentido. O fator tempo é central para os jornalistas, dada a perecibilidade das notícias e ao compromisso com o ciclo de publicação das notícias – o horizonte temporal noticioso. “As estórias são entendidas como rompimento, sugestivos de descontinuidade [...] que as estórias tenham esta aparente capacidade de rebentar a meada de expectativas existentes” (TRAQUINA, 1993, p.184).

An event, in their definition, is an occurrence (any cognized happening) which is used creatively for time-demarcating purposes. Occurrences become events according to their usefulness to an individual (or organization) trying to order experience (HACKETT, 1984, p. 236).

Philip Schlesinger (In TRAQUINA, 1993, p.177) avalia que as notícias são parte indissociável da contemporaneidade, e têm papel relevante na construção de uma ideia de realidade. No entanto, o autor “define a notícia como uma mercadoria perecível [que] exige uma estrutura de produção baseada no valor do imediatismo e nos horizontes de um ciclo diário”.

A rapidez é um valor inextricável ao jornalismo, o que leva a um culto ao imediatismo e à circulação das informações. Traquina (1993) anota que

[...] o fato de as notícias serem uma mercadoria cujo valor se deteriora rapidamente explica a importância do fator tempo, mas sublinha a ligação entre o jornalismo e o fator tempo é mais profunda porque faz parte do próprio enraizamento cultural do jornalista (TRAQUINA, 1993, p.137).

A efemeridade e a transitoriedade são características à notícia, configurando-a como uma mercadoria altamente perecível, passível da necessidade de desdobramentos e, ou, atualização.

Em 1947, Hurt Lewin, psicólogo social, estudando as decisões domésticas, estabeleceu algumas prerrogativas que foram utilizadas por White (1964) no âmbito jornalístico. A lógica de seleção era a mesma; contudo, o produto de escolha era distinto (tomates e notícias, respectivamente). Dexter e White (1964, p.158-172) concluem que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário, e que as decisões eram feitas a partir de um conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. Na pesquisa de White (1964), é ressaltada a importância das forças sociais para a compreensão das notícias (contexto). O quadro que segue mostra a metodologia utilizada pelo autor para identificar os critérios de seleção (noticiabilidade) em uma análise realizada em sete dias e evidencia os critérios em números:

**Table 1—Amounts of Press Association News Mr. Gates Received and Used During Seven-Day Period**

| CATEGORY       | WIRE COPY RECEIVED |             | WIRE COPY USED |              |
|----------------|--------------------|-------------|----------------|--------------|
|                | Col. In.*          | % of Total  | Col. In.*      | % of Total   |
| Crime          | 527                | 4.4         | 41             | 3.2          |
| Disaster       | 405                | 3.4         | 44             | 3.4          |
| Political      |                    |             |                |              |
| State          | 565                | 4.7         | 88             | 6.8          |
| National       | 1722               | 14.5        | 205            | 15.8         |
| Human interest | 4171               | 35.0        | 301            | 23.2         |
| International  |                    |             |                |              |
| Political      | 1804               | 15.1        | 176            | 13.6         |
| Economic       | 405                | 3.4         | 59             | 4.5          |
| War            | 480                | 4.0         | 72             | 5.6          |
| Labor          | 650                | 5.5         | 71             | 5.5          |
| National       |                    |             |                |              |
| Farm           | 301                | 2.5         | 78             | 6.0          |
| Economic       | 294                | 2.5         | 43             | 3.3          |
| Education      | 381                | 3.2         | 56             | 4.3          |
| Science        | 205                | 1.7         | 63             | 4.9          |
| <b>Total</b>   | <b>11,910</b>      | <b>99.9</b> | <b>1297</b>    | <b>100.1</b> |

**Figura 6 - Número de notícias recebidas, aproveitadas e descartadas (WHITE, 1964, p.165).**

A pesquisa de White é vastamente empregada quando o assunto são os critérios de noticiabilidade, tendo em vista que se trata de uma análise do recebimento e da utilização da quantidade de notícias de agências noticiosas acolhidas e usadas por um *gatekeeper*. A abrangência da pesquisa inclui as razões para a rejeição das notícias de agências noticiosas e, a partir delas, vislumbramos critérios de noticiabilidade. Esse processo de escolha, então, é bastante subjetivo e abrange o juízo de valor calcado em experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. O autor aponta que, quanto mais tarde as notícias eram recebidas, maior era a rejeição sobre os critérios “sem espaço”.

No quadro abaixo, estão as razões pelas quais os acontecimentos foram rejeitados:

| <b>Reason</b>  | <b>Number of Times Given</b> |
|--|------------------------------|
| <b>Rejecting incident as worthy of reporting</b>   | <b>423</b>                   |
| Not interesting (61); no interest here (43)  | 104                          |
| Dull writing (51); too vague (26); drags too much (3)  | 80                           |
| No good (31); slop (18); B. S. (18)  | 67                           |
| Too much already on subject (54); used up (4); passed—dragging out; * too much of this; goes on all the time; dying out  | 62                           |
| Trivial (29); would ignore (21); no need for this; wasted space; not too important; not too hot; not too worthy  | 55                           |
| Never use this (16); never use (7)   | 23                           |
| Propaganda (16); he's too Red; sour grapes   | 18                           |
| Wouldn't use (11); don't care for suicide stories; too suggestive; out of good taste   | 14                           |
| <b>Selecting from reports of the same event</b>  | <b>917</b>                   |
| Would use if space (221); no space (168); good—if space (154); late—used up (61); too late—no space (34); no space—used other press service; would use partially if space  | 640                          |
| Passed for later story (61); waiting for later information (48); waiting on this (33); waiting for this to hatch (17); would let drop a day or two (11); outcome will be used—not this; waiting for later day progress | 172                          |
| Too far away (24); out of area (16)  | 40                           |
| Too regional (36)  | 36                           |
| Used another press service: Better story (11); shorter (6); this is late; lead more interesting; meatier   | 20                           |
| Bannered yesterday   | 1                            |
| I missed this one  | 1                            |

Figura 7 - Razões de seleção de notícias (WHITE, 1964, p.166).

Observando as razões dadas pelos editores na recusa de determinado acontecimento, vemos a relação com o tempo e com o espaço bastantes presentes. O critério espaço tem duas perspectivas: o espaço físico do jornal para determinada notícia e o espaço geográfico do ocorrido. Considerando que se trata de jornalismo impresso, a proximidade ou a relação geográfica é levada em conta: se determinado acontecimento deu-se distante do ponto de distribuição do jornal, ele deverá ter uma relação com aquela localidade para ser publicada.

Em nossa pesquisa de dissertação (BUSS, 2010), constatamos o consenso de 100% dos editores entrevistados com relação à utilização dos critérios proximidade, ou localismo, como especificamente se referiram. Para além da consonância da distribuição do jornal, a proximidade é buscada em todos os aspectos da notícia,

conexões ao local – sejam culturais ou geográficas. É interessante refletir sobre esses mesmos critérios – espaço e proximidade – na perspectiva da rede, contexto em que as notícias não estão condicionadas à falta de espaço para a sua publicação e quando a proximidade passa a ser exponencialmente relativa.

Não diferentemente do estudo de White (1964), obtivemos como resultado de pesquisa que, entre os entrevistados (100%), há um consenso de que a disponibilidade espacial física do jornal para publicação de notícias é invariavelmente utilizada em suas decisões. Em White (1964), o critério espaço diz respeito, também, à distância geográfica do ocorrido, próximo ou distante.

Subsequente às análises, foram feitas por White algumas perguntas aos editores: a) a categoria da notícia influencia a sua escolha das notícias?; b) acha que tem alguns preconceitos que possam afetar as suas escolhas de notícias?; c) como define o público ao qual se destinam as notícias selecionadas e qual é o seu conceito de leitor típico?; d) possui critérios específicos em relação ao assunto ou ao estilo de escrita que o ajudem a determinar a seleção de uma notícia particular? (WHITE, 1964, p. 170).

Nelson Traquina (1993) reflete sobre a metáfora habitualmente associada ao jornalismo como espelho da realidade social e ao jornalista como simples mediador e transformador de acontecimentos em notícia. Concordamos que os jornalistas não se restringem ao papel de relatores passivos, fazem parte ativamente da construção narrativa das notícias. Os acontecimentos em estado bruto não interessam ao público, sendo necessário um tratamento (polimento) e a contextualização desses fatos.

O autor em questão defende que as notícias registram formas literárias de narrativa para organizar os acontecimentos, bem como assinalam os constrangimentos organizacionais que condicionam o processo de produção das notícias. Estas não são

reflexivas do próprio sistema de produção; em outras palavras, são narradas de uma maneira a não transparecer a sua forma de constituição; como é o caso, por exemplo, de utilizar depoimentos sem revelar a pergunta realizada ao entrevistado.

Os acontecimentos nada mais são que matéria-prima: “[...] a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – noticiável (*newsworthy*)” (TRAQUINA, 1993, p.169-170). A complexidade do campo jornalístico consiste em, justamente, desvelar o *newsworthiness*, isto é, quais critérios são levados em consideração para definir a noticiabilidade dos acontecimentos.

O que vemos na rede (no plano fluxo virtual), também, é a distribuição de acontecimentos brutos e descontextualizados. A atualidade, nesse sentido, é um fator de noticiabilidade:

A existência de um acontecimento da atualidade já transformado em notícia pode servir de *News peg* (literalmente, cabide para pendurar a notícia) para outro acontecimento ligado a esse assunto, ou seja, a atualidade é utilizada como *News peg* (TRAQUINA, 1993, p.174).

As notícias são a resultante de um processo de escolha e seleção sistemicamente estabelecido, ou seja, não são, então, simplesmente, os acontecimentos em seu estado bruto. Stuart Hall (1978, p.53-74), analisando a produção social dos *media*, avalia que eles não fazem o relato dos acontecimentos de forma transparente, visto que, para o autor, as notícias são o produto final de um processo complexo que envolve um conjunto de categorias socialmente construídas. Sendo assim, infinitos acontecimentos são notícia em potencial, entretanto, são estabelecidos filtros que peneiram o que, de fato, tem valor-notícia e a relevância de demarcação de tempo e espaço para determinado corpo social. Nesse processo, é o jornalista quem define a partir de instituídos critérios de noticiabilidade quais

atributos um determinado fato apresenta. O mais abrangente desses é chamado, pelo autor, de primário ou fundamental:

At the most general level this involves an orientation to items which are 'out of the ordinary', which in some way breach our 'normal' expectations about social life, the sudden earthquake or the moon-landing, for example (HALL, 1978, 53).

Dizem Galtung e Ruge (1965, p.68) que têm mais peso aqueles acontecimentos que refletem pessoas e nações de elite, fatos dramáticos e acontecimentos que podem ser personalizados a fim de evidenciar humor, tristeza e sentimentalismo. Da mesma forma, os autores consideram que acontecimentos com consequências negativas possuem forte notabilidade. A dicotomia que percebemos é que há regularidade e previsibilidade mesmo na cobertura de fatos inesperados e que irrompem o *status quo* (conforme como já assinalamos anteriormente). No jornalismo, há regularidade para o irregular. Sob essa ótica, Hall pondera que o jornalismo tende a realçar a notabilidade desses fatos “irregulares”.

Os valores-notícia são a base dos critérios de noticiabilidade na rotina de seleção das notícias, e é a partir desse aporte que se estabelece uma regularidade do sistema num processo em que se consideram determinados acontecimentos e se descartam outros. Para ganhar sentido, os acontecimentos devem estar em consonância com aspectos sociais e culturais, posicionando-os em mapas culturais.

If newsmen did not have available – in however routine a way – such cultural 'maps' of the social world, they could not 'make sense' for their audiences of the unusual, unexpected and unpredicted events which form the basic content of what is 'newsworthy' (HALL, 1978, p.54).

Hall (1978) e Philip Schlesinger (1980 *apud* Hall, 1978) partilham uma ideia semelhante: a dos horizontes do significado. Ambos analisam que as notícias devem

estar organizadas para, então, constituírem a base do conhecimento cultural. O objetivo é tornar os acontecimentos inteligíveis por meio de uma prática organizada e estruturada, sendo que muito do funcionamento da sociedade é revelado nesse processo. Dessa forma, os corpos sociais partilham um mesmo contexto cultural, de um mapa de significados culturais semelhante. Hall assegura que a sociedade como um todo aprecia ter uma mesma perspectiva acerca dos acontecimentos, o alinhamento social, o que, de certa forma, alude a uma consensualidade sobre a realidade.

A repetição e a familiaridade compõem o léxico habitual das notícias e há uma intencionalidade em manter essa lógica:

We exist as members of one society because – it is assumed – we share a common stock of cultural knowledge with our fellow men: we have access to the same 'maps of meanings'. Not only are we all able to manipulate these 'maps of meaning' to understand events but we have fundamental interests, values and concerns in common, which these maps embody or reflect. We all want to, or do, maintain basically the same perspective on events. In this view, what unites us, as a society and a culture - its consensual side - far outweighs what divides and distinguishes us as groups or classes from other groups (HALL, 1978, p.55).

Essa impressão de repetição eterna estabelece uma ideia de ordem e controle social, faz as pessoas sentirem-se seguras e confortáveis mesmo diante de grandes tragédias. Não obstante, os *media* têm como característica nuançar os acontecimentos em uma notícia acabada, como se não houvesse desdobramentos futuros. Hall (1978, p.62) chama de idioma público dos *media* a narrativa dos acontecimentos a partir de uma linguagem do dia-a-dia, de conotações dominantes e consensuais.

É por essa razão que as notícias devem ser apresentadas de forma consensual aos leitores, isto é, nutridas de significado e contextualizadas para determinada sociedade. No entanto, identificamos uma dicotomia: os acontecimentos com maior potencial de notabilidade são justamente aqueles que irrompem as fronteiras desse consenso e, para Hall (1978, p.63), o consenso social baseia-se nos meios de ação

legítimos e institucionalizados. O crime, conforme complementa o autor, é notícia por evocar ameaça à sociedade e por reafirmar o consenso de moralidade social. Os mais notórios valores-notícia para grande parte dos acontecimentos são a sua singularidade e a novidade. A terminologia utilizada por Hall (1978) – *mugging* – diz respeito à eclosão da normalidade social a partir do surgimento de um acontecimento, com os valores de singularidade e novidade. O novo, ao entrar no sistema como tal, torna-se velho instantaneamente; logo, esse valor-notícia é o mais precível de todos os que se possam identificar. São necessários, então, outros atributos para sustentar e classificar um acontecimento como uma notícia.

Traquina (1993) é outro autor que considera que os valores-notícia são códigos culturalmente organizados e indispensáveis para a narrativa jornalística. "Os jornalistas fazem uso de valores-notícias, regras e fórmulas que lhes permitem, em cada circunstância, completar o seu trabalho, enchendo o esqueleto de carne" (TRAQUINA, 1993, p. 252). As notícias, de forma invariável, são culturalmente representativas, isto é, compõem a gramática da cultura, como ressalta o autor. Assim, faz sentido a ideia de que os valores-notícia são concebidos em consonância com determinada cultura, inclusive, ressaltando os valores e os símbolos significativos dessa cultura.

Bird e Dardene (1993) consideram as notícias como contribuintes do sistema simbólico cultural, muito mais que "apenas" informação e explicação. Para além de informar, elas criam ordem a partir da desordem e são importantes para estabelecer padrões sociais e culturais aceitáveis. De forma similar, Adriano Duarte Rodrigues (1998) refere-se à função remitificadora das notícias, as quais criam um sentido de segurança social. As próprias notícias são constituídas por códigos simbólicos reconhecíveis pelos corpos sociais. Há, portanto, um paradoxo para os jornalistas:

[...] quanto mais objetivos forem, mais ilegíveis se tornam, e quanto melhores contadores de estória forem, melhor resposta terão dos seus leitores, mas mais receios os jornalistas terão de trair os seus ideais. No entanto, ambas as vozes fazem parte das notícias, que os autores recordam não serem ficcionais, sendo contudo estórias sobre a realidade e não a realidade (TRAQUINA, 1993, p.253).

Todavia, as formas narrativas não são imutáveis. As plataformas sugerem uma modificação sobre as formas de contar as estórias e escolhê-las em função do tipo de leitores. As diferentes convenções narrativas, portanto, têm consequências sobre as notícias. Nesse sentido, impessoalidade narrativa é uma forma retórica de preservar a objetividade jornalística.

Tuchman (1972, p. 660-679) é taxativa ao assegurar que os relatos de acontecimentos noticiosos são estórias; entretanto, não se constituem em fantasias, irrealidades e narrativas ficcionais, bem pelo contrário. Em seu artigo sobre objetividade como ritual, a autora menciona a percepção de Robert Park (1967), em que pontua que as notícias são uma forma de literatura popular. Se observarmos sob o prisma do tempo, elas são estabelecidas a partir de um corte arbitrário no fluxo cotidiano dos acontecimentos. Em outras palavras, as notícias são relatos de acontecimentos noticiáveis da “rotinização do inesperado”, como expressa Tuchman.

Para Bird e Dardenne (In TRAQUINA, 1993, p. 253), os dispositivos retóricos e estruturais das notícias são métodos de transmitir a informação de forma precisa, e de modo que se distancie de qualquer nuance ficcional. Os referidos autores acrescentam que a maioria dos estudiosos americanos subdividem as notícias como *hard* e *soft*, importante em oposição a interessante (GANS 1979), e informação em oposição a estória (SCHUDSON, 1978). Essa assunção tem retardado a discussão das qualidades burocráticas das narrativas das notícias de duas maneiras. Primeiro, tem nos impedido de ver as notícias como um corpo unificado que exhibe temas e padrões claros que

pouco tem a ver com divisões entre **importante/interessante**. Deixa-nos ver as notícias dentro de um modelo de transmissão tradicional – essencialmente do ponto de vista dos profissionais que criaram essa dicotomia. Pouco há que sugira que o público sente o mundo como se este estivesse tão claramente dividido (TRAQUINA, 1993, p.265).

A perspectiva dos autores é bastante interessante ao apontar as notícias como estórias da atividade humana e a soma de estórias individuais. A propósito, o ato de contar estórias é uma prática universal de narrativa do tempo. Mas é importante termos clara a dissociação entre o entretenimento e a ficção nas narrativas noticiosas. Bird e Dardenne (1993, p. 266) veem, nas notícias, um viés mítico/folclórico, citando Bascom (1954), ao postular que o folclore valida a cultura e tem força de conformidade, inclusive regendo as definições sociais de bem e mal. Em avaliação, as notícias oferecem tranquilidade e familiaridade a partir de experiências do compartilhamento comum. “O consumo de notícias tem sido comparado à religião (GERBNER, 1977), à atividade ritual (CAREY, 1975), à celebração (CAPO, 1985) e ao jogo (GLASSER, 1982)” (TRAQUINA, 1993, p.253).

O princípio da consonância apresentada por Galtung e Ruge (1965) evidencia que os acontecimentos, por mais distintos que sejam, sempre se apresentam a partir de estruturas prévias e já conhecidas: a estabilidade do instável. A ressonância é descrita pela repetição, isto é, a sensação da previsibilidade e sucessão dos “mesmos” acontecimentos – familiaridade: “With regard to expectations, other things equal, people are more likely to attend to aspects of the environment they anticipate than to those they do not, and they are more likely to anticipate things they are familiar with” (GALTUNG; RUGE, 1965, p.86).

Bird e Dardene (1993, p.269) consideram os valores-notícia como códigos culturais específicos para contar histórias/notícias. Assim compreendidos, são regras que acentuam a relevância, “[...] o presente, o invulgar, a simplicidade, as ações, a personalização e os resultados, são precisamente os valores que qualquer contador de histórias utiliza ao criar um conto”.

O substrato dessas narrativas é codificado em símbolos e modelos culturais com valores e guias comportamentais. A leitura desses textos traz à tona inúmeros valores e símbolos significativos para determinada cultura. Cumpre mencionarmos, neste aspecto, que a gramática da cultura (COLBY, 1975 *apud* BIRD; DARDENNE, 1993, p. 271) define as regras da construção narrativa de forma objetiva sobre a realidade. Nessa construção, estão circunscritos os critérios de noticiabilidade, argumentando a necessidade de compreender a construção narrativa das notícias: não são contos ficcionais, mas relatos mediados da realidade, não a realidade em si.

Um dos eixos de estudo de Schudson (1993) é a tecnologia como condicionante de mudanças políticas e sociais, e sugerimos que a rede é a tecnologia que articula a sociedade coetânea. Os avanços e as acomodações tecnológicas ocorrem no momento em que a sociedade está preparada para tal, gradativamente. Contudo, esse assunto será abordado em um capítulo específico.

As notícias são relatos de experiências de outras pessoas e é a partir daquelas que estas ouvem e leem sobre. É uma forma de experienciar fatos sem necessariamente vivenciá-los presencialmente, são experiências virtuais; todavia, há qualidades formais para tal virtualização dos fatos, o que é feito a partir de critérios de noticiabilidade específicos. Schudson (1993) afirma que as notícias não são ficcionais, mas convencionais. Essas convenções são necessárias para tornar os relatos legíveis e significativos, adaptados ao contexto espacial, temporal e social dos

leitores. É consensual a relação entre as notícias e o seu entorno e a significação cultural (espaço simbólico e geográfico), porém, em perspectiva de rede, essa relação torna-se um tanto obtusa e passível de aprofundamento.

Das convenções descritas por Schudson (1993), salientamos os critérios de noticiabilidade subjetivados a essas:

Que o parágrafo de abertura (*lead*) e a estrutura de pirâmide invertida são superiores a um relato cronológico de um acontecimento; 2) Que um **presidente** é o ator mais importante em qualquer acontecimento o qual tome parte. (**personalidade**); 3) Que a notícia (*News story*) deve centrar-se, de preferência, num **acontecimento único** mais do que num acontecimento contínuo ou repetido, ou então, se a ação é repetida, a atenção deve centra-se mais na **novidade e no padrão (ruptura)**; 4) Que uma notícia que cubra um importante discurso ou documento deve citar ou **declarar os seus momentos altos**; 5) Que uma notícia que cubra um **acontecimento político** deve exprimir o significado atos políticos num enquadramento de tempo maior do que o dos próprios atos (**poder**) (SCHUDSON, 1993, p.280).

As notícias como relatos da atualidade conferem sentido em sua consonância temporal, isto é, individualmente são melhores compreendidas quando observadas sobre um contexto sociocultural amplo e relacionadas ao presente. Entendemos, neste caso, o presente como assunto e como a perspectiva no tempo em que é descrito (WEAVER, 1993, p.295)

Os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia são vetores que diminuem a instabilidade e a ambiguidade na ampla narrativa jornalística. As narrativas são construídas a partir do testemunho do jornalista, ou menos, a partir de relatos confiados como verdadeiros e precisos, como uma meta-observação. A percepção sobre os acontecimentos, quando testemunhados ocularmente pelo profissional do jornalismo, é distinta de quando a narrativa é feita por intermédio de relatos indiretos; é o “efeito de Heisenberg, uma ocorrência diária no jornalismo moderno e pode ser visto na omnipresença de pseudo-acontecimento” (WEAVER, 1993, p. 297). Em contraponto, a rede potencializa a narrativa sob o olhar de muitos a respeito de

determinado acontecimento, como decorrência das diferenças estruturais entre a rede e outros *media*.

O jornalismo impresso é organizado em um espaço tangível, já o jornalismo em rede é organizado virtualmente, e seu conteúdo, acessado de forma remota em tempos e espaços distintos. A linearidade do jornalismo impresso impõe uma formatação e uma construção narrativa particular a si, e vemos desenhando-se uma narrativa própria da rede. A construção dessa narrativa, como sabemos, é feita a partir de critérios e valores-notícia, o que resta dúvidas é se são constituídos da mesma forma e sobre os mesmos critérios.

Paralelos comparativos são inevitáveis, ainda que a narrativa do jornalismo tradicional seja construída a partir de uma forte relação espacial do jornal, isto é, a estória será narrada de acordo com o espaço dedicado a determinado acontecimento. E, teoricamente, quanto mais importância, relevância, apresentarem o acontecimentos, maior seu espaço de apresentação. As matérias no jornalismo tradicional são como peças de um quebra-cabeça que, quando montadas, resultam na edição do jornal diário; para tal, são feitos ajustes no texto (cortes) com o menor prejuízo para a matéria. No jornalismo digital, esse problema parece não ser uma questão; o espaço não é determinante, e o tempo não é absoluto. Assim como a narrativa televisiva é moldada a partir de uma relação direta com o tempo de veiculação; na rede, lemos uma multinarrativa ou hipernarrativa para a concepção e construção das notícias.

Há também desvantagens, contudo. A voz lacônica e factual do jornal impede o repórter de transmitir ao leitor a proporção substancial do seu conhecimentos e do seu sentir pelo acontecimento em questão, que não podem ser formulados como afirmações de fatos observados de forma não ambígua. (...) A limitação do vocabulário da estória também oblitera a complexidade e a nuance; os acontecimentos são efetivamente reduzidos a coisas que são inteiramente descritas pelos seus atributos físicos explícitos e pelo seu status legal-burocrático (WEAVER, 1993, p.301).

Ousamos utilizar o neologismo da hipernarratividade como representativo do que se observa no jornalismo digital. A narrativa específica à lógica do jornalismo em rede é, para nós, uma hipernarrativa. Nós não nos apropriamos de terminologias temporárias, gestatórias e perecíveis tais como jornalismo online, ciberjornalismo, webjornalismo. Entendemos que o mais adequado é jornalismo multidimensional: jornalismo produzido para publicação na web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações. Vamos, então, trabalhar a partir de dois aspectos do jornalismo em perspectiva digital: hipernarrativa e multidimensionalidade. Sumariamente, o que se quer evidenciar é um jornalismo que está se assentando em uma plataforma de característica disforme, virtual e conectiva.

O jornalismo digital ainda não se veste com roupas próprias; entretanto, os passos dados nessa virtualidade são largos o suficiente para demarcar indícios de sua forma. Esse tipo de prática jornalística se distingue, pois, do tradicional por constituir-se de forma multimídia, hipertextual e interativa – tripé este que sustenta o jornalismo multidimensional. As qualidades evidentes do jornalismo multidimensional/digital incluem atualização ininterrupta, construção de notícias sendo feitas sob os olhos da audiência, instantaneidade, personalização do conteúdo, globalização do local, construção colaborativa, áudio, vídeo, texto e voz. A componente tecnológica institui uma lógica conceitual e operacional no jornalismo, por exemplo, o jornalismo impresso é como tal em função das potencialidades tecnológicas da prensa, do mesmo modo ocorre com o jornalismo televisivo, radiofônico, etc. O conteúdo e a construção narrativa são subscritos ao meio no qual determinada notícia se apresenta.

O jornalismo na rede tem muito de outras narrativas de plataforma, entretanto, multidimensional; já os critérios de noticiabilidade, que vêm a configurar o conteúdo, o que é notícia, exigem atenta observação e pesquisa. A estrutura constitui o

conteúdo; sendo assim, temos que aceitar a ideia de que o meio pode influir no conteúdo, com diversas intensidades, seja de narrativa ou pertinência de determinada notícia naquele meio. O jornalismo multidimensional lida com a possibilidade de múltiplas narrativas convivendo sinergicamente, inclusive aquela interativa paralela do público. A personalização do consumo das notícias é uma máxima no jornalismo multidimensional, também, não linear; a demanda do jornalismo está, dessa maneira, mudada e deve considerar fatores até então não pensados, como a hiperligação das notícias de forma imediata, abrindo-se um amplo leque de mesmas, outras e/ou desdobramentos de determinando acontecimento – isso tudo versado pelo usuário.

O jornalismo multidimensional está diretamente relacionado às tecnologias digitais e móveis, a partir das quais se pesquisa, produz e distribui (acesso) informações.

Estas ferramentas podem ter impacto na forma como os jornalistas e as suas empresas jornalísticas procuram novos acontecimentos, movimentam informações de um lugar para outro, constroem e organizam estórias, desenvolvem interfaces e envolvem as suas audiências (KAWAMOTO, 2003, p.4).

O autor parte do princípio de que estamos diante de um modelo de jornalismo em apresentação e que se modifica a partir da tecnologia de cada tempo. O princípio do jornalismo em rede (digital) está na profundidade, alcance e interação. É visível o quão determinante a forma é para o conteúdo. Ainda, as potencialidades do meio influenciariam sobre a forma de concepção, abordagem e narrativa dos acontecimentos.

Estamos em uma era *on-demand*, interativa, personalizável e de consumo e produção não lineares. Utilizando essas potencialidades, o jornalismo multidimensional pode estabelecer narrativas que usem o que melhor se adequa a cada estória em particular. A flexibilidade, o imediatismo e a interatividade são

inerentes à rede, não obstante o jornalismo nessa perspectiva acaba por absorver tais características (PAVLIK, 2001). A internet é um meio essencialmente interativo, o que, para o jornalismo, sugere uma apresentação adequada a este ambiente multidimensional, de conteúdo dinâmico e atualização contínua. O referido autor avalia que a narrativa jornalística é enriquecida quando construída a partir desses recursos multidimensionais. É, portanto, dialógica, projetiva e estabelecida em um território (rede) de conversa.

Tomadas no seu conjunto, estes desenvolvimentos estão a transformar a própria natureza do conteúdo das notícias e da narrativa. O que está começando a emergir é um novo tipo de narrativa que ultrapassa o romântico mas inalcançável objetivo da pura objetividade no jornalismo. Este novo estilo oferecerá à audiência uma complexa mistura de perspectivas nas histórias e acontecimentos que será muito mais completa do que qualquer único ponto de vista poderia alcançar (PAVLIK, 2001, p.24).

O jornalismo multidimensional está longe de ser uma mera forma de replicação e distribuição de informações, pois tende a estabelecer-se cada vez mais de forma autônoma em relação ao jornalismo tradicional. Os mapas de navegação orientam novas maneiras de produção, distribuição e consumo de notícias, formas multilíneas; muito além de uma transposição mediática. Há, então, uma gramática própria no jornalismo digital. Novas fundações são assistidas, demarcando um novo gênero que rompe paradigmas previamente existentes.

A rede é democrática e promove uma horizontalização espontânea do acesso a bens culturais, a expressão e ao poder. O lugar geográfico de cada um deixa de, necessariamente, ser um fator limitante de acesso, recepção, replicação e produção de informações. As tecnologias remotas e móveis ampliam e movimentam um ambiente (jornalístico) outrora regido pelos rigores institucionais tradicionais. Esses dispositivos alteram estruturas espessas e os modelos comportamentais das

sociedades, possibilitando novas experiências de registro e narrativas jamais antes pensadas.

A análise de McGregor (2002) é feita a partir da perspectiva dos critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo televisivo. Entretanto, algumas considerações podem ser ampliadas e estendidas ao jornalismo como um todo. A autora sugere quatro novos critérios de noticiabilidade para a seleção de notícias: visualidade, emoção, conflito e celebração do jornalista. McGregor já foi editora do *Sunday News* e do *Auckland Star* (Nova Zelândia) e afirma que o jornalismo encara uma crise de fé, pressionado por mudanças tecnológicas, forças de mercado e falta de confiança própria. Por esses fatores, avalia a autora, o jornalismo deve reavaliar seus princípios fundamentais. Se a frequência dos acontecimentos for semelhante à do meio, a probabilidade de se tornarem notícia é maior, avalia a autora; ainda, os eventos devem chegar em seu estado limite (auge) para ganharem status de notícia.

No jogo das probabilidades, quanto mais claras e menos ambíguas as formas como se apresentarem os eventos, maiores serão as chances de noticiabilidade. Há dois graus importantes de significação dos eventos: etnocentrismo (supremacia de um grupo étnico ou de nacionalidade) e proximidade cultural. A relevância refere-se ao nível de significado implícito para a audiência das notícias, mesmo que o evento tenha ocorrido em um lugar culturalmente distante. Somam-se a essa perspectiva de *relevância* eventos relacionados a pessoas e nações de elite, tendo seu grau de noticiabilidade elevado. O critério de negatividade, para a autora, popularizou-se e não é só real como um clichê associado ao jornalismo (*bad news, good news!*).

Changed social and cultural dynamics audience demands, the broad sweep of technological innovation and convergence were simply beyond the scope of imagination and the scholarship of the time (MCGREGOR, 2002, p.2).

Um ponto importante sucintamente abordado pela autora é a consequência do *real time* na cobertura das notícias, o que teria reflexo sobre o tempo necessário de assimilação dos acontecimentos pela audiência. Enfim, este ponto pode ser preponderante no que tange as modificações do jornalismo, isso devido invariavelmente ao fluxo informacional ininterrupto da rede.

## CAPÍTULO V: O JORNALISMO NA ERA DAS REDES SOCIAIS E A NARRATIVA PARALELA

A efervescência das transformações tecnológicas e adaptações do jornalismo a cada nova plataforma caracteriza um tempo de instabilidade sobre os objetos de estudo, nos orientando a refletir o jornalismo na era das redes sociais com a consciência de não saber se ao final desta fundamentação continuará o mesmo. A partir deste tempo, talvez o que menos devemos esperar são contornos lineares sobre os objetos em um espaço tão volátil. No decorrer deste capítulo vamos mostrar inúmeros casos recentes e que naquele momento eram promessa de mudança e exemplo do novo, que foram descontinuados mais cedo que o esperado, sinalizando a referida volatilidade. Conduzimos este trecho para uma descrição do jornalismo na era das redes sociais, incluindo um exame sobre o jornalismo crowdsourcing<sup>6</sup>, decorrente da potencialidade das ferramentas de rede. Para muitos autores, são fatores que sugerem influência sobre o jornalismo a ponto de uma modificação de seus preceitos.

A proposição sobre o jornalismo nas redes sociais é a de iluminar o que chamamos de narrativa paralela, a coexistência do jornalismo e das notícias com o discurso informacional social *comum*; neste caso, o discurso *comum* da narrativa paralela é aquele que não tem o status de notícia, não é produzido sob o pretexto de noticiar, nem é produzido por meios de comunicação ou jornalistas. Mais, paralelo não é secundário, nem caracteriza medida de peso em comparações. A perspectiva de convivência do jornalismo e a narrativa paralela engloba a circulação tautocrônica,

---

<sup>6</sup> Não vamos nos deter sobre as diversas conceituações teóricas sobre jornalismo crowdsourcing, open source, colaborativo e participativo, quando que na prática por mais que variem compõem a narrativa paralela que delineamos aqui.

quando o tempo gasto para uma informação chegar a um ponto é o mesmo tempo, independente de seu ponto de partida. As redes sociais impõem para que as informações se articulem de forma tautocrônica, se desenvolvendo em tempos iguais.

A narrativa informacional paralela estabelecida pelas redes sociais é desprendida de prescrições, senão as estabelecidas pelos próprios sites de redes sociais (Boyd e Ellison, 2007), de ordem operacional e não sobre o conteúdo informacional que por ali circula. Inúmeros exemplos podem ser listados para ilustrar a gramática da narrativa paralela ao jornalismo, como as manifestações que acontecem neste momento no Brasil. Reivindicando por causas nobres e de ordem democrática básica, como saúde, educação e o fim da corrupção, o movimento que leva milhões às ruas foi organizado pelas redes sociais e sob a alcunha de *hashtags* como #ogiganteacordou, #naosaoso20centavos, se desenha uma cobertura informacional instantânea e plural sobre o que acontece nas ruas do país.

Como consequência da convergência de mídias, potencializada pela mobilidade e um novo pensamento de organização informacional, Pellanda (2003) nos lembra de uma experiência ocorrida no Laboratório de Notícias de Pavlík, onde seus alunos cobriram um crime ocorrido na cidade de Nova Iorque utilizando câmeras com lentes 360°, elucidando algumas divergências sobre o que foi noticiado sobre o fato. Neste caso, Pavlík quis evidenciar a possibilidade de complementariedade ao jornalismo e a impossibilidade do jornalismo abarcar todos os lados de um acontecimento. Entendemos, assim, que o jornalismo hoje deixou de ser a única porta da casa das informações, essas passam por janelas e outras arestas bem menores e não imaginadas em outro contexto.

Para o que vem a seguir, é importante estabelecermos alguns acordos de significado, isso para evitar interpretações desviadas em nossos apontamentos. O

nexo informacional no fluxo da rede é de circulação de narrativas horizontalizadas e paralelas, onde a prática de um grande veículo de comunicação coexiste a prática narrativa de cidadãos *comuns*. Logo, utilizaremos o verbete *informação* para referir a todo tipo de narrativa proveniente desses cidadãos comuns (interagentes), e notícia, todo tipo de narrativa proveniente exclusivamente de veículos de comunicação e jornalistas, por onde a informação é adereçada a partir de objetivos profissionais, institucionais e de contextualização bastante específicos.

Vamos percorrer um caminho nas páginas que seguem, expandindo nosso olhar sobre dois aspectos o jornalismo nas redes sociais e o jornalismo *crowdsourcing*, sendo este último uma temática recorrente em estudos sobre o jornalismo na internet. Conduzimos esta reflexão na intenção de perceber o jornalismo na internet, buscando indícios sobre suas características neste espaço e determinando o que chamamos de narrativa paralela.

Para nós, a projeção da obsolescência do jornalista e competidor de softwares de inteligência capazes de produzir notícias ainda é abstrata, mesmo já existindo exemplos práticos dessa automação. O jornalismo borg (borg journalism), a metáfora na qual John Hiler (2002) associa o jornalismo produzido simbioticamente entre homem e robô, já é tangível, por exemplo, no software Quill<sup>7</sup>. Mesmo não estando na centralidade de nossa discussão, apenas notificamos conhecimento sobre novos processos de produção de notícias, diretamente ligados a prática do jornalismo. O imaginário coletivo dos anos de 1980 concebia carros voadores e objetos sensacionais no início do novo milênio, da mesma forma projeções futuras sobre um jornalismo diferente do modo como é realizado hoje, pode soar um tanto ficcional. Trasël (2013), menciona em seu texto que o presidente da Narrative Science prevê que em cinco

---

<sup>7</sup> Software de criação automatizada de notícias. Para entender mais: <http://narrativescience.com/artificial-intelligence-data-engine/>

anos uma reportagem escrita por softwares inteligentes estará apta a colecionar prêmios de jornalismo, como o Pulitzer. Se isso é aviso de uma possível mudança deontologia na profissão jornalística, não se pode afirmar, entretanto, trilhas novas estão sendo percorridas.

Outra prescrição para a indústria jornalística é a necessidade de produzir notícias para distribuição em multiplataformas (Salaverria, 2005, p.37). A era pós *tablets* que se anuncia exigirá do jornalismo sua inserção e uma nova discussão deontológica se estabelecerá. Porém, mesmo que as notícias sejam produzidas para a distribuição em *smarthphones* ou *tablets*, é no subtexto desta discussão que reside nossa concentração, o quanto é modificada de fato a “essência” do jornalismo nessas adaptações, aqueles critérios basais de noticiabilidade.

Retomando a narrativa paralela, o jornalismo não tem desconsiderado essa conversação enunciada nas redes sociais na internet e do *crowdsourcing*. A via de mão dupla estabelecida entre o jornalismo e a narrativa paralela, é que este conteúdo, mesmo que sem a intensão, tem-se tornado matéria-prima recorrente de notícias. O jornalismo na internet é uma veia do fluxo informacional na rede, sendo central apenas ao que se refere à notícias. A perspectiva do jornalismo integrativo a partir do *crowdsourcing* (a prática de cidadãos contribuírem de alguma forma na concepção de um notícia), é válida desde que não seja pensada como um modelo centralizador verticalizado da circulação moderada da informação.

Os sites de redes sociais<sup>8</sup> são projetados para a criação, replicação e disseminação de informações, e este fator é visto por muitos como uma concorrência ou ameaça ao jornalismo. A ideia da narrativa paralela resguarda tanto o jornalismo,

---

<sup>8</sup> “As redes sociais também devem ser diferenciadas dos sites que as suportam. Enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como sites de redes sociais” (RECUERO, 2009, p.3).

quando o fluxo informacional *comum*. A narrativa paralela não é o mesmo que se classifica como jornalismo *crowdsourcing*, por não haver uma ligação entre si, a *timeline* de @bussss exerce uma narrativa paralela quando compartilha informações, inclusive quando *recircula* notícias (ZAGO, 2013). O jornalismo *crowdsourcing* (narrativa coletiva) é a coligação intencional e objetiva do discurso de interagentes sobre os acontecimentos cotidianos.

Um exemplo bastante citado de jornalismo *crowdsourcing* é o site OhmyNews. O OhmyNews é estabelecido em um espaço (Coreia do Sul) político e cultural de repressão a liberdade de imprensa e expressão, mais que justificável existir um website onde o cidadão tenha “liberdade” em relatar e narrar acontecimentos que não são pautados pela imprensa oficial. Entretanto o OhmyNews é uma forma de centralizar informações, não sendo um exemplo de livre circulação de informações na rede, já que há uma equipe editorial (curadores) avaliando o que é submetido para publicação. Não queremos retirar a legitimidade da ampla concepção colaborativa, apenas damos contorno ao que é jornalismo (notícias) e informações *comuns* oriundas de uma narrativa paralela, que neste caso está centralizada e de certa forma verticalizada. O website descreve sua função de atualizar o que está acontecendo pelo mundo através de dicas e opiniões de cidadãos-jornalistas<sup>9</sup>. Então, quando se questiona sobre como cidadãos comuns estão fazendo e mudando o noticiário (em decorrência da narrativa estabelecida pela internet), acreditamos ser cedo para avaliar e descrever tal transformação. Há inúmeros exemplos de jornalismo *crowdsourcing* de criação recente que foram descontinuados e além da dificuldade em manter-se, não entram em contato nem aparentemente interferem o jornalismo (BRAMBILLA, 2013). Em 2010, o OhmyNews passou a publicar posts de discussão e crítica ao

---

<sup>9</sup> <http://international.ohmynews.com/join-our-team/>. Acessado em 10 de Julho de 2013, às 16h20.

jornalismo cidadão, não sendo mais um espaço de publicação de “notícias” produzidas por cidadãos comuns.

Dentre algumas hipóteses levantadas por Brambilla (2013, p.266), sobre o jornalismo neste cenário colaborativo na internet, salientamos algumas: o jornalismo teria perdido o apelo de guardião singular da informação crível; o hiperlocalismo condicionado ao extremo, sugere que a narrativa da rede de amigos do interagente (leigo) é mais relevante que a de veículos de imprensa; “...a ausência de filtros de publicação e de compromisso com a informação em perfis próprios fez com que o público se sentisse mais espontâneo no uso do lugar de fala”; “...o constante apelo a participação, associados a popularização de dispositivos digitais de produção de conteúdo, despertaram o cidadão para uma consciência colaborativa”, sendo o compartilhamento a reação esperada para o registro de um acontecimento. Do outro lado, estamos acompanhando o uso da narrativa paralela na narrativa jornalística, mesmo que preliminarmente, quando, por exemplo, é usado o testemunho de cidadãos como forma de compor a construção de uma notícia. A queda de um avião no aeroporto de São Francisco, teve suas primeiras imagens divulgadas em perfis de redes sociais de pessoas comuns que estavam dentro do avião e aeroporto, suas imagens e testemunho foram o estopim da cobertura jornalística. Isso não configura o chamado jornalismo *crowdsourcing*, mas sim uma ligação pontual entre narrativas. Assim que normalmente é feita a ligação entre narrativas:

O americano de ascendência coreana David Eun, que diz ser um dos passageiros do voo, afirmou em mensagens no Twitter que a maioria das pessoas parece ter sido retirada da aeronave sem problemas. Há feridos entre eles, mas não há dados sobre a gravidade dos ferimentos nem de quantos seriam, ainda de acordo com o passageiro (Trecho de uma matéria jornalística do Portal G1).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Disponível em [urlm.in/rvrd](http://urlm.in/rvrd). Acessado em 6 de Julho de 2013, às 17h15.

O ponto nevrálgico do jornalismo crowdsourcing é a tentativa de centralizar a narrativa paralela, sendo que já se consolida independente do mainstream jornalístico (midiático). A ideia do cidadão-jornalista é um tanto movediça, atrelando sua narrativa a uma ferramenta colaborativa em sites de notícia. Como não se espera que a narrativa paralela seja, necessariamente, e em todos os casos, absorvida pela narrativa jornalística, o interagente pode – simplesmente – associar e mencionar em seu tweet o perfil de um veículo de comunicação, realizando um ponto de ligação potencial entre as narrativas.

Recuero (2011, p.3) se questiona se o papel do jornalismo, “... senão mais aquele de dar a notícia, é aquele de prover a legitimação e o aprofundamento das informações, ancorado na credibilidade e em seu papel social”. O contexto de fluxo informacional na internet promove em espaços de qualquer tipo (meios de acesso), conteúdo de qualquer tipo, coexistindo livremente. Entretanto, é notório que as notícias jornalísticas ainda estruturam o imaginário social como forma de adicionar veracidade, credibilidade e coerência aos acontecimentos. Hoje, o lugar de fala do jornalismo ainda é conservado como uma narrativa legítima. Estamos guiados para uma sociedade de acesso, caracterizando-se como uma forma de medir a riqueza de uma sociedade, quanto mais informações, maior probabilidade de enriquecimento (político, cultural, educacional, etc.). Por sua vez, o jornalismo passa a assimilar novas flexões, são como novos sintomas que afetam o sistema imunológico de um organismo vivo fora de sua zona de conforto.

A liberação do pólo emissor (LEMOS, 2005), não é vista por nós como uma ameaça ao jornalismo, enxergamos que há um independentismo informacional, como se os acontecimentos se destacassem da necessidade de formatação jornalística para circular, entretanto, o fluxo de um pólo não necessariamente anula o outro. Os blogs e

sites de redes sociais são indicadores bastante evidentes da dissolução dos pólos informacionais, permitindo de modo simplificado a produção e troca de informações. E, como já dissemos, estas formas narrativas passam a coexistir, mas não são a mesma coisa, nem produzidas a partir das mesmas motivações. A reticularidade informacional tem a orientação pluridimensional e heterogênea da comunicação em rede, como exemplifica Brambilla (2005):

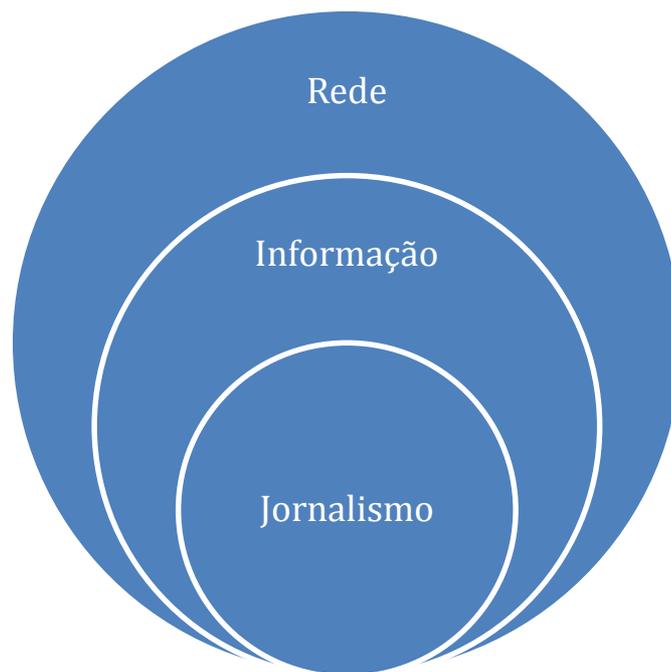
... a exemplo do que acontece em sites que permitem a troca de informações com o público através de fóruns, chats, e-mails ou formulários de publicações (blogs), soterra a concepção de mídia linear em nome de uma atividade recursiva. A integração de emissor e receptor na figura do interagente permite que cada pessoa seja um nó simultâneo de criação, assimilação e reconstrução da mensagem midiática, desenhando um movimento de relações e trocas que se assemelha a uma espiral (BRAMBILLA, 2005, p.87).

O que deveria ser central na análise das narrativas, concebendo o jornalismo *crowdsourcing* como uma interseção entre ambas, é o modo como estas narrativas se articulam, sem a prerrogativa comparativa ou de antagonismo. Logo, o questionamento vetorial não deve apontar a narrativa paralela e a interseção como causas da “possível decadência do jornalismo”, pelo fato de o interagente não desempenhar jornalismo e nem estabelecer sua narrativa através de notícias. Estamos diante de uma reordenação da concepção das informações, sua distribuição e acesso. Fonseca e Lindemann (2007), ofertam um esclarecimento sobre isso que apontamos:

Defende-se aqui que não há propriamente uma ruptura entre o jornalismo convencional e o jornalismo participativo, uma vez que existe uma linha evolutiva, em que determinadas práticas, conceitos e ideais são mantidos, e outros modificados ou acrescidos (FONSECA E LINDEMANN, 2007, p.91).

Em decorrência da internet e a possibilidade de qualquer cidadão poder disseminar informações, é considerado pelas autoras que o jornalista deixa de ser o único responsável pela produção de notícias. Vale, então, refletir sobre algumas

características indissociáveis ao jornalismo e as notícias e que não estão presentes na narrativa paralela ou na ocasião de interseção das narrativas (colaboratividade). A partir de uma reflexão prática, algumas características do jornalismo são evidenciadas como consistência, contextualização, apuração, credibilidade, veracidade, além de sua concepção estar atrelada a critérios de noticiabilidade definidos. Quando propomos uma reflexão prática sobre o jornalismo participativo ou mesmo a interseção entre as narrativas, não estariam tais características presentes, sendo assim informações de ordem e propósitos distintas. Na tentativa de ilustrar nosso entendimento sobre o que estamos delineando, propomos a ilustração abaixo (Figura 8):



**Figura 8 - Rede, informação e jornalismo**

A partir deste entendimento de desprendimento entre informação e jornalismo e associação restrita entre jornalismo e notícia, se estabelece uma lógica de fluxos informacionais que permite a confluência entre diversas narrativas, sem obrigatoriamente haver sobreposições diretas, sugerindo que o jornalismo é mais um

nó informacional da rede. Todavia, temos claro que o contexto social de hoje ainda demanda por uma legitimação informacional, procedente fundamentalmente do jornalismo. Moura (2002, p.4) complementa dizendo que os valores do jornalismo devem marcar “... diferença no tipo e na qualidade da informação disponibilizada online, assegurando desde logo a objetividade e imparcialidade dos seus conteúdos, de modo a criar uma relação de confiança com o leitor”. Não nos integramos a ideia de que todo interagente pode vir a ser um produtor de notícia e, sim, que toda a narrativa informacional por ele produzida pode ser matéria-prima para o jornalismo, caso contrário soa como uma forma de tornar o jornalismo o eixo central informacional na rede, o que não ocorre. Tratam-se de informações de complexidade diversa aquelas produzidas por interagentes das produzidas por jornalistas; uma vez que o jornalismo tem como finalidade gerar um produto (informacional), o que não ocorre na perspectiva da narrativa paralela, sendo seu compromisso exclusivo disseminar informações a partir de motivações pessoais.

Brambilla (2005, p. 91) sugere uma reconfiguração do jornalismo através do modelo open source<sup>11</sup>, o qual compreende uma integração entre os dois pólos do “...processo de comunicação midiática, o jornalista e o leitor-ouvinte-espectador”. O paralelo estabelecido pela pesquisadora faz uma alusão entre a produção de softwares de características de produção aberta e o jornalismo na internet, quando quem escreve e lê passam a ser o mesmo sujeito. Para Moura (2002), o jornalismo open source implica em:

“...permitir que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevem e, sem a castração da imparcialidade, dêem sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido

---

<sup>11</sup> O termo open source surge aplicado ao software que algumas pessoas criam e disponibilizam gratuitamente na rede e cuja qualidade é compatível com o que de melhor é desenvolvido por grandes empresas.

pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas informar com honestidade, isenção o público que os lê” (MOURA, 2002, p.1).

Os argumentos dessa proposição sofre instabilidades e, ao mesmo tempo, condenam o jornalismo, ao sugerir que este modelo é garantia de libertação informacional, multiplicidade de pontos de vista, imparcialidade e isenção. O que pretendemos é propor um ângulo diverso sobre este entendimento. Imaginemos o erro e sua repercussão, uma notícia errada tem um impacto e peso bastante diverso de uma *notícia* errada em sites como OhmyNews e Slashdot. Esta consideração de pesos e medidas não deve ser entendida como uma supervalorização da notícia jornalística, nem o desbotamento das informações open source, apenas para estabelecer uma distinção entre estas narrativas. Esses modelos colaborativos não abonam a democratização da informação na internet, uma vez que estar “fora” da narrativa jornalística não é garantia de independência regulatória e seus desdobramentos de “liberdade” informacional. Justamente a ideia de dentro e fora é que deve ser combatida, considerando a multiplicidade de narrativas coexistindo. A prerrogativa do modelo open source é o desprendimento da informação aos rigores e filtros institucionais, ainda intitula o leitor como co-desenvolvedor de informações, entretanto, se associa a outros filtros e editorações. Primo e Träsel (2006, p.2) se questionam “... sobre a afirmativa em dizer que qualquer pessoa que acessa um jornal online assume a co-autoria da notícia ou se torna co-editor daquele periódico”, sendo que com algumas exceções a interferência dos interagentes é mínima sobre todos os aspectos da notícia (oriunda de veículos digitais e não digitais).

Vale aclarar que existem no mínimo duas orientações sendo discutidas aqui, aquela atuação do interagente que colabora com informações para o jornalismo (interação limitada) e a outra orientação são os sites e web blogs que dispõe de um

repositório próprio de narrativas informacionais (interação livre e semi-livre). O jornalismo colaborativo de interação limitada é decorrente de uma “necessidade” de aproximação entre veículos e cidadãos, além do que esta abertura pode ter decorrido de uma demanda mercadológica, por exemplo, em um momento de reconhecimento da narrativa paralela como observamos hoje em dia. Estes links colaborativos foram desenvolvidos pelos próprios veículos de comunicação em um momento necessário e específico e que, talvez, já não tenha mais o mesmo peso e significado de outrora. O que muitos autores discutem é o quanto esta ligação influencia sobre o jornalismo, considerando que novos hábitos sociais e novos elementos tecnológicos promovam o desequilíbrio paradigmático de sólidas instituições. O jornalismo deixa de ser a única peça da engrenagem da conversa social.

Um smartphone é uma central informacional em potencial, pela qual cidadãos podem construir narrativas e compartilhar instantaneamente, sem barreiras editoriais; e, sua própria rede de contatos é quem promove a contextualização da informação. Sites de jornalismo colaborativo (informação colaborativa) produzido por interagentes é comumente considerado como mídia alternativa, sugerindo coadjuvária a mídia tradicional, entretanto, não há nada de fluxo informacional alternativo, o fluxo é paralelo de pesos e medidas que lhe são próprios. O interagente que produz informações e compartilha não é fonte oficial e não ambiciona tal status. E, como muito bem considera Dominique Wolton (1999), ninguém quer brincar de editor chefe todas as manhãs. Primo e Träsel (2006) sinalizam sobre a produção informacional colaborativa, que é considerada pelos autores como *forma* de fazer jornalismo, entretanto, avaliam ser uma opção na oferta de notícias, sem ameaçar o jornalismo:

A rigor, sem tal participação, Wikinews, CMI, Slashdot ou OhmyNews não se realizam. Veículos tradicionais, embora, possam obter vantagens com a interação com o leitor, não dependem necessariamente desse

processo para a produção de seus produtos jornalísticos, visto que contam com assinatura de agências de notícias e equipes de repórteres dedicados a colaboração de material original. Em vez de um sistema produtivo de raízes fordistas, adotado pela comunicação de massa, o webjornalismo participativo pode trabalhar tanto com um processo auto-organizado (como o wikinews) quanto com uma estrutura hierárquica mínima (OhmyNews, por exemplo) (PRIMO e TRASËL, 2006 p. 15).

O resultado destas interações limitadas ou do tipo livre e semi-livre, poderiam inventariar a ideia de um preenchimento de lacuna, ou de uma cobertura de vácuo deixado pelo jornalismo, posicionando secundariamente a narrativa paralela que se desenvolve na rede. Ao mesmo tempo que associar o jornalismo a iniciativas participativas de motivações subjetivas deve ser observado de modo cauteloso. Valeria refletir se a prática de incentivo ao interagente a enviar fotos e informações de interesse, reduziria e limitaria sua capacidade em muitos aspectos relacionados ao seu poder de disseminação de informações, podendo ser interpretado, inclusive, como uma tentativa de subordinação e controle. O que se tem tentado fazer é um cruzamento que talvez não seja necessário, entre a narrativa jornalística e a narrativa paralela, e tem-se proposto identificar como jornalismo e notícias, todo o tipo de conteúdo informativo que circula na rede.

De acordo com Brambilla (2005, p.92), a asserção de um jornalismo open source compreenderia que a notícia possa a) ser apropriada, lida, distribuída e referenciada para qualquer propósito e b) ser aperfeiçoada ou comentada de acordo com visões particulares que possam enriquecer os relatos. Tais características são válidas para diversos tipos de conteúdo disponibilizados na rede, sendo que os pontos mencionados a e b valem igualmente para outras narrativas estabelecidas na rede, já que são componentes da cultura de rede. São aspectos inerentes a feição das informações no fluxo da rede, de dinâmica autônoma, paralela e sem interferência necessária de mediações jornalísticas. A narrativa individual ou coletiva nas redes sociais, por exemplo, é considerada como uma voz reconhecida de informações

sem intermediações. Então, o que queremos salientar aqui é que a narrativa paralela dada em sites de redes sociais, web blogs, sites de conteúdo informativo open source ou jornalismo colaborativo (interseção intencional entre o jornalismo e interagentes), não atesta fragilidade ao jornalismo. Seria esse *epi-jornalismo*, jornalismo ou prelúdio de um novo jornalismo? Posicionando os critérios de noticiabilidade no eixo do *epi-jornalismo*, estariam estes modificados ou se apresentariam novos critérios? Também, vale refletir se as inúmeras formas de ler o estado em que jornalismo na internet se apresenta, apontam para uma idealização ou se de fato são leituras de uma prática concreta.

Alguns resultados apontados por Belochio (2012) nos servem de indicativos na análise de como as redes sociais são observadas pela narrativa jornalística, evidenciando a percepção de coadjuvária da narrativa paralela. Em sua maioria, o corpo editorial de Zero Hora, considera as redes sociais como instrumento verificador de aceitação ou rejeição das notícias veiculadas no jornal, site, etc; “...são elementos úteis à verificação da forma como os leitores avaliam a qualidade dos conteúdos publicados (...), além disso, tais espaços [são] importantes para a coleta de colaboração e para a realização de trocas com o público (p.232).

A verticalidade do jornalismo na horizontalidade informacional na internet, em um ambiente de liberdade de fluxo e descentralização, enseja mudanças paradigmáticas sobre todas as esferas sociais, inclusive sobre o jornalismo. Como a narrativa paralela é um fenômeno recém iniciado, observamos que o que está em transformação no momento é justamente esta narrativa, e a *tangente* ao jornalismo é a relação estabelecida entre ambos os fluxos. As mudanças de processo devem ser observadas paralelamente as mudanças de lógica, de estrutura de pensamento. Quando refletimos sobre a “fusão/relação” entre o jornalismo e modelos open source

como o Slashdot ou Ohmynews (sem intermediação jornalística institucional), não enxergamos fusão, o que se estabelece é um convívio paralelo e de funções distintas entre si.

Também, resume e ilustra o que estamos falando aqui, o *jornalismo* colaborativo (com intermediação jornalística institucional), por exemplo, de Zero Hora.com, quando é estabelecido a partir de um “termo de aceitação das condições gerais para disponibilização de conteúdo por intermédio do site Zero Hora.com”<sup>12</sup>, o que evidencia centralidade e verticalidade no processo colaborativo. O referido termo das *seções do leitor* é composto de seis itens que garantem o distanciamento jurídico e jornalístico desse conteúdo ao ser publicado por Zero Hora.com. O mesmo ocorre no Slashdot quando muitos dos conteúdos colaborativos submetidos nem se quer aparecem no site, por não estarem formatados de acordo com a regras do site (“We get asked quite a bit about why particular submissions didn't run on Slashdot”<sup>13</sup>). Neste site, o conteúdo com maior probabilidade de publicação é composto das seguintes características e em momento algum é relacionado ao jornalismo: interesse, informatividade, clareza, neutralidade, gramaticalidade e *snappy* (termo que sugere que o conteúdo não deva ultrapassar de cem palavras, o que diminuiria sua probabilidade de aparecer na capa do site). Da mesma forma que Zero Hora.com (seção “Do leitor”) estabelece um processo colaborativo vertical e centralizador, o site de conteúdo open source Slashdot igualmente verticaliza e centraliza o fluxo informativo da rede (parte da narrativa paralela), não desempenhando jornalismo, nem produzindo notícias.

---

<sup>12</sup> <http://wp.clicrbs.com.br/doleitor/termodeaceitacao/>. Acessado em 15 de Julho de 2013, às 12h18.

<sup>13</sup> <http://slashdot.org/faq/submissions.shtml>. Acessado em 15 de Julho de 2013, às 12h36.

## O JORNALISMO NO TWITTER

O Twitter é um projétil informacional que arremessa os conteúdos pelo impulso explosivo de um click, sendo desenhado com o propósito de espalhar informações, fender barreiras, horizontalizar e descentralizar o fluxo informacional. Pelo site a narrativa jornalística e a narrativa paralela se encaixam harmoniosamente. Ainda que possa “... predominar um ou outro uso, o Twitter pode ser visto como um híbrido entre uma ferramenta de informação e uma ferramenta de interação social (ZAGO, 2013, p. 213) e Raquel Recuero complementa dizendo que estas redes:

“...propiciadas pelas ferramentas da internet, formaram uma teia informativa, onde as conexões estabelecidas entre os milhares de indivíduos passam a ser caminhos por onde a informação pode ser produzida, circulada e filtrada. Cada ator conectado a rede é, assim, um emissor em potencial, capaz de atuar no contexto desses fluxos informativos, construindo, modificando e dividindo informação” (RECUERO, 2011, p.1).

O Twitter é um micromensageiro (RECURO & ZAGO, 2009), pioneiro em organizar espacial e temporalmente as informações no fluxo da rede e é neste ambiente que agora vamos pensar sobre o jornalismo. Há inúmeros enfoques sobre informação em redes sociais que inclui legitimação, credibilidade, filtros e hierarquização do conteúdo; todavia, a reverberação da narrativa jornalística, no caso replicada no Twitter, acompanha todas as características do narrador, independente da plataforma, isto quer dizer que, por exemplo, avalia-se e julga-se da mesma forma o conteúdo publicado no site da Reuters e em seu perfil no Twitter, sendo uma extensão da agência de notícias. Desta forma, “deu no Twitter, alguém confirma (?)”, questionamento feito por Recuero (2011), é válido para a narrativa paralela estabelecida no site de rede social, não para a narrativa jornalística ali estabelecida, como a partir de perfis como @reuters, @g1, @zerohoa, @afp, @cnni. A autora traz

como resultado de pesquisa que “... ao contrário do que muitos especulam, o Jornalismo enquanto instituição, com concessões de valores que foram elaborados na mídia de massa continuam persistentes na mídia digital...” (RECUERO, 2011, p.15), legitimando, dando credibilidade, filtrando e organizando as informações; da mesma forma os critérios de noticiabilidade permaneceriam os mesmos, na ideia desse jornalismo estendido por diferentes plataformas.

A instantaneidade do Twitter, encomenda que os acontecimentos se desvinculem da narrativa jornalística para tornarem-se notórios, pelo site de rede social e a multinarrativa ali estabelecida, há uma recorrente inversão sobre a forma de se tomar conhecimento de fatos cotidianos; quanto a inversão, nos referimos a lógica esperada de que os acontecimentos tornem-se conhecidos quando formatados em notícias e distribuídos formalmente por veículos de comunicação, independentemente da plataforma. É bastante comum sabermos de acontecimentos por meio da narrativa paralela e posteriormente (mesmo que em fração de segundo) vem a narrativa jornalística noticiando sobre o fato. Isso demonstra uma modificação sobre o fluxo informacional e não sobre o jornalismo em si. Hoje, o Twitter é o exemplo de espaço de compartilhamento e aproximação entre as narrativas paralela e jornalística, sendo condutor do fluxo informacional na rede, por isso há possibilidade de se saber sobre os acontecimentos por diferentes narrativas. Recuero (2011, p.14), acredita que a credibilidade do jornalismo estendido ao Twitter mantém-se a mesma ou até mesmo mais forte, se estabeleceria uma “... troca de capital social, que parece reforçar o papel de dar credibilidade as informações do Jornalismo no Twitter”.

Hermida (2010, p.S/N), considera como óbvio que nem tudo que está no Twitter é “um ato de jornalismo”, entretanto, considera o Twitter como um ambiente jornalístico, por facilitar a “... immediate dissemination of digital fragments of news

and information”. De fato, o Twitter pode ser um ambiente jornalístico, assim como o Facebook também o pode ser, isso demonstra tanto a potencialidade de sites de redes sociais e redes sociais como a flexibilidade e capacidade de adaptação do jornalismo. Para além desta margem de encontro entre o jornalismo e diferentes ambientes de circulação, reside uma questão de suma importância: o processo criativo (toda a lógica de produção de notícias, inclusive os critérios de noticiabilidade) do jornalismo está modificado ou se transforma para cada novo ambiente ou não passa de uma reacomodação de conteúdo? Outra questão passível de discussão é se esses ambientes promovem um novo ou próprio modo de pensar e produzir jornalismo. São pontos referenciais que devem ser acessados para aprofundar a reflexão sobre o jornalismo nas redes sociais e em outros ambientes (o jornalismo no Google Glass<sup>14</sup>, por exemplo).

Zago (2013), propõe uma nova etapa no processo produtivo jornalístico dentro do Twitter, a recirculação, entendida como o filtro e comentários de interagentes, o que poderia vir a complementar a notícia em sua origem, na etapa de apuração (p.226). A recirculação jornalística também é descrita como “... uma das formas de participação do público no processo jornalístico, ao contribuir para a distribuição” (ZAGO, 2013, p.214). Entretanto, não delinearíamos tal esquema considerando os comentários e distribuição pelos integrantes (agendamento) como parte do processo jornalístico. Estaria dentro do processo jornalístico a narrativa paralela servindo de pauta ou fonte para o jornalismo. A autora pondera que:

Talvez a principal modificação do jornalismo como um todo diga respeito ao fato de que essas contribuições dos interagentes, na

---

<sup>14</sup> Google Glass é um acessório em forma de óculos que possibilita a interação de usuários com diversos conteúdos em realidade aumentada e em seu estado inicial já é refinado e acurado o suficiente para ser uma plataforma que requeira o fluxo jornalístico. Mais informações sobre o projeto: [www.google.com/glass](http://www.google.com/glass).

forma de recirculação jornalística, fazem com que a etapa de circulação jornalística seja potencializada. Porém não há evidência sobre uma possível alteração sobre o jornalismo no quesito dos critérios de noticiabilidade vigentes (ZAGO, 2013, p. 229).

No fluxo jornalístico nas redes sociais, a circulação noticiosa é vital e quanto mais disseminada maior valor noticioso parece agregar:

“... a circulação de informações em uma rede social é realizada pelo envolvimento dos atores, que investem tempo e esforço na seleção e divulgação de determinados elementos e que necessita também de atenção para que sejam replicados” (RECUERO, 2012, p.4).

Considerando a ideia da recirculação (ZAGO, 2013), então, esta faria parte do que concebemos de narrativa paralela, gerada pelos interagentes, não compondo a narrativa jornalística. A autora considera que a circulação rápida do Twitter tem reflexos sobre a apuração no jornalismo, porém não descreve com clareza quais seriam esses efeitos. No referido estudo são listados alguns critérios de publicação no Twitter (em um estudo de caso específico<sup>15</sup>), entre os quais estão notícias relevantes, polêmicas, esportes, serviço de trânsito, coberturas ao vivo, retweet de jornalistas, blogs, etc. Vemos que tais critérios poderiam facilmente ser a descrição de noticiabilidade para qualquer outra plataforma informacional, o que vem ao encontro do jornalismo estendido (a decisão de o que é notícia bem como os critérios de noticiabilidade aplicados são aspectos anteriores a publicação no Twitter), como anotamos anteriormente.

Bellochio (2012, 2013), em sua pesquisa doutoral, atesta a sobreposição dos conteúdos de um mesmo veículo em diferentes plataformas, portanto, estariam os critérios de noticiabilidade sobrepostos igualmente. Além desta sobreposição, novas plataformas digitais criam novas formas de consumo de informações e notícias, essas

---

<sup>15</sup> A lista de critérios de publicação no Twitter do jornal Zero Hora, foi estabelecida a partir de uma entrevista com a editora de redes sociais do veículo, na tentativa de compreender o fluxo de conteúdo que ocorre entre o site e o Twitter do jornal.

tecnologias nascem com a promessa de uma profunda modificação sobre o que está posto ou até mesmo a extinção de lógicas correntes. Esses *leaps* tecnológicos vão constantemente tensionar as instituições e os processos jornalísticos, o próximo aparato substituto ou que tornará tablets obsoletos, por exemplo, trará igualmente inquietações e rupturas de todas as ordens. Por exemplo, as informações já estão em poderosos óculos (Google Glass) que além de representar a materialização da internet das coisas, torna-se uma plataforma em potencial para o fluxo jornalístico. Retorna, então, a discussão sobre o jornalismo estendido ou se ocorre alguma modificação matricial e nova na narrativa jornalística, inclusive sobre os critérios de noticiabilidade.

Em muitos estudos importantes sobre os processos de difusão da narrativa jornalística nas redes sociais online, se observa como alguns de seus argumentos se desatualizam rapidamente, e seus objetos de análise não mais existem ou foram transformados profundamente.

Boyd & Ellison (2007, p.S/N) descrevem sobre a conversação estabelecida em sites de redes sociais, ao mesmo tempo em que traçam a característica desse espaço, que permite aos interagentes: (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros no sistema (tradução nossa). Os autores ainda conceitualizam estes espaços pela sua capacidade de permanência, buscabilidade e replicabilidade das informações por audiências invisíveis, ainda pela facilidade em reprodução e propagação de seu conteúdo.

Recuero (2009), propõe elementos para discussão sobre a difusão de informação e jornalismo nas redes sociais na internet e estabelece que as “...redes

sociais não tem uma vocação jornalística em essência, mas complementar a prática jornalística” (RECUERO, 2009, p.2). O viés da complementariedade seria melhor compreendido como a existência de uma narrativa paralela, independente e de tangentes possíveis (ligação pontual e intencional entre as narrativas). A autora faz três relações entre jornalismo e redes sociais: como fontes produtoras de informação; como filtros de informação; e, como espaço de reverberação dessas informações (RECUERO, 2009, p.7). A primeira das três relações pode ser exemplificada a partir do fato já mencionado, ocorrido recentemente, após a queda de um avião em São Francisco nos Estados Unidos, a primeira imagem absorvida e largamente disseminada pela narrativa jornalística foi a de um passageiro, por meio do Path onde dizia "I just crash landed at SFO. Tail ripped off. Most everyone seems fine. I'm ok. Surreal...", ilustrando com uma imagem do avião já no solo<sup>16</sup>. A utilização da narrativa paralela como fonte produtora de informações não é uma constante, ocorrendo em casos específicos e ainda pouco observada, no exemplo descrito a fonte tornou-se tanto notícia quanto o próprio fato que narrava. As redes sociais...

“...poderiam apontar a relevância de notícias, ampliando seu alcance, comentando-as e mesmo apontando outras fontes. As redes sociais podem também conceder valor para as informações a partir dessa circulação, criando capital social não apenas para a própria rede, mas igualmente para os atores e instituições envolvidos. Neste sentido, as redes não estão necessariamente produzindo notícias, mas produzindo elementos que podem ser noticiados. Estão, de um modo geral, produzindo efeitos no jornalismo, mas não praticando jornalismo, uma vez que esses processos são fortemente construídos a partir de perspectivas de capital social e ganho individual dos atores” (RECUERO, 2009, p. 11).

Em 2007, Java indicava que microblogging era uma nova forma de comunicação, onde interagentes poderiam descrever seu status atual, a partir de posts distribuídos por mensagens instantâneas (p.1), tal descrição ainda é válida e

---

<sup>16</sup> <https://path.com/p/1lwrZb> e <https://twitter.com/Eunner>. Acessado em 22 de Julho de 2013, às 15h15.

complementamos considerando que é por onde a informação circula de forma horizontal e desprendida de qualquer formatação narrativa pré-estabelecida senão a da própria ferramenta. O autor se preocupou em descobrir como e porquê o Twitter é utilizado, e de sua análise as principais intenções de uso foram para: conversas diárias, conversações, troca de informações (narrativa paralela) e reportar notícias (narrativa jornalística) (p.7). Esta perspectiva sugere que o Twitter não tenha sido desenhado para a narrativa jornalística, exclusiva e necessariamente, porém se estabelece como um espaço de reverberação desta narrativa.

A polivalência desses espaços não deve embaçar e embaralhar as diferentes narrativas, paralela e jornalística, como se tivessem a mesma origem e propósito. Bruns (2005) fala sobre a versatilidade desses espaços de narrativa: “... it is just as likely for a moblog to take the form of a personal diary as it is to be used for in-depth News commentary (p.174). Então, acordamos para que a difusão de informações nas redes sociais não devam ser planificadas sob um único ângulo, o que garante nossos apontamentos sobre a existência de múltiplas narrativas em um ambiente de narrativas polivalentes; coexistindo as distintas narrativas jornalística e paralela. A narrativa jornalística é originada a partir de instituições legítimas e hegemônicas de jornalismo (agências de notícias, blogs jornalísticos, jornais, revistas, etc.), que desenvolvem produtos jornalísticos (notícias, reportagens, notas, etc); a narrativa paralela consiste no fluxo informacional presente nas redes sociais e outros espaços virtuais de produção de conteúdo na internet, produzida por interagentes.

## CAPÍTULO VI: DESENHO METODOLÓGICO

O empirismo não nos exige de nenhuma qualificação científica, considerando as experiências e percepções de mundo do observador em sua pesquisa. Porém, o empirismo é resguardado quando as percepções de vários observadores sobre um determinado objeto são semelhantes. Nesta pesquisa, vamos considerar esse viés empirista ao assinalar consideravelmente nossa percepção de análise sobre o objeto de estudo. Essa abordagem representa aqui uma maneira de organizar o processo metodológico de forma mais pessoal e intuitiva, devidamente comprometida com a perspectiva teórica apresentada neste trabalho.

Para os resultados esperados e explicitados em nossos objetivos, no que tange ao mapeamento de quais os critérios de noticiabilidade existentes são aplicáveis na perspectiva do jornalismo na rede, o método utilizado terá como base de estudo uma investigação na internet, especificamente em páginas web do microblog Twitter de agências nacionais e internacionais de notícia. Para essa avaliação, utilizaremos a listagem dos critérios de noticiabilidade organizados na página 59.

Somos pragmáticos na tentativa de descobrir os critérios de noticiabilidade na rede, buscando, por meio de embasamento teórico, identificá-los. As teorias que levantamos previamente servirão de referencial para a análise dos tweets e do conteúdo noticioso a que correspondem.

A perspectiva da nossa análise considera a *timeline* do twitter como uma estrutura organizativa do fluxo das notícias na rede, sendo esta pesquisa o retrato deste tempo, neste tempo e para este tempo. A pesquisa está focada preminentemente na análise de dados do conteúdo noticioso, que possibilitará o

levantamento das categorias temáticas, identificação dos critérios de noticiabilidade, e apontamento do formato de apresentação do conteúdo.

Desde o princípio, temos consciência da mutabilidade e efemeridade dos ambientes digitais. Assim, nosso recorte de pesquisa foi estabelecido em vinte e quatro horas corridas de publicações, no twitter, de agências nacionais e internacionais previamente selecionadas.

Para nosso escopo representativo dos perfis analisados, elegemos 10 (dez) agências (nacionais e internacionais) produtoras de notícia, todas de abrangência global e em vários idiomas. Dessa forma, vemos no microblog o conteúdo das páginas web desses veículos de forma estratificada, sendo um modo vetorial bastante preciso e contextualizado sobre as notícias publicadas no fluxo da rede.

Evidentemente, esse recorte pode apresentar insuficiências, porém essas são suficientes para sintetizar a miríade de dados e algumas tendências sobre os critérios de noticiabilidade na rede. Pretende-se, assim, construir uma amostragem com base na estrutura de fluxo do twitter para estabelecer uma narrativa observacional sobre nosso objeto.

Essa escolha se dá, basicamente, em função de sua organização temporal e relativa estabilidade, uma vez que um tweet não pode ser modificado após sua publicação (podendo apenas ser apagado). Além disso, no twitter, em nossa leitura, está representado o conteúdo estratificado mais importante da página web dos perfis. Esse é o primeiro elemento de filtragem de nossa pesquisa, uma característica inerente à base de análise. Considerando Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 62), ao trabalharmos com a ideia de generalizar os resultados da pesquisa, é necessário utilizar uma amostra representativa, “[...] uma reconstrução reduzida, porém real, do universo que se deseja investigar. Tipicamente, a construção de uma amostra com

esse perfil implica na adoção de critérios probabilísticos de seleção e recorte”. As autoras complementam mencionando que não há necessidade de se trabalhar com quantidades ou proporções específicas, mas trabalhar com a intenção de generalizar e dimensionar a amostra:

Essas variações exemplificam como a representatividade das amostras depende de quanto elas são capazes de refletir a variedade interna dos universos de pesquisa, e a importância do discernimento dos fatores de heterogeneidade do universo que é relevante que o desenho da amostragem contemple. Esse cuidado para que a heterogeneidade da amostra reflita as variações internas ao universo da pesquisa precisa ser estendido à interpretação dos resultados, sob pena de tomar as médias gerais por indicadores válidos para os casos específicos (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 65).

Considerando que no Twitter não consta a totalidade do conteúdo (notícias) publicado nas páginas web, determinamos o perfil da base metodológica pela notória representatividade e credibilidade jornalística reconhecida na internet. Com base nessa premissa, os seguintes perfis serão analisados: **Agence France-Press** (@AFP), **Reuters Top News** (@Reuters), **G1** (@g1), **msnbc.com Breaking** (@msnbc\_breaking), **Agencia EFE** (@EFEnoticias), **Reuters Brasil** @reutersbr, **Al Jazeera English** (@AJEnglish), **CNN International** (@cnni), **DW (Brasil)** (@dw\_brasil), **The Associated Press** (@AP).

Vamos ler analiticamente uma a uma as notícias endereçadas pelos tweets para mapear os critérios de noticiabilidade teóricos existentes; posteriormente, buscaremos discutir sua aplicabilidade conceitual na perspectiva da rede.

Com intuito de observar o fluxo e as tendências da produção/narrativa das notícias que circulam pela rede, *identificaremos e elencaremos as categorias tematizadas*<sup>17</sup> presentes no conteúdo das matérias analisadas, e sua frequência e porcentagem de aparição; bem como buscaremos reconhecer o formato do conteúdo

---

<sup>17</sup> As categorias tematizadas compõem nossa interpretação livre sobre as notícias, sem comprometimento teórico e com atenção quanto à descoberta de algum critério de noticiabilidade não postulado nas teorias descritas em nosso estudo.

apresentado. O mapeamento dos resultados será organizado a partir de uma análise individualizada (cada uma das agências), representada graficamente.

A investigação é precedida por uma comparação com o que há de registros teóricos presentes e passados, nos resguardando de deslizes da novidade pela novidade; primando por conceitos, definições e tradição de pesquisas anteriores. Assim, podemos definir nossas próprias recomendações teóricas e identificar se vigora algum novo critério de noticiabilidade na rede, até então não descrito.

Para tanto, vamos utilizar complementarmente os métodos quantitativos e qualitativos sobre os tweets e seu conteúdo (links de endereçamento ao conteúdo das páginas web dos perfis). De acordo com a proposição das referidas autoras, na qual propõem tabularmente dois tipos de pesquisa: a partir da tabela de Estratégias e Critérios de Amostragem (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.76-80). Assim, vemos nossa pesquisa:

a) de amostragem intencional:

“Amostras qualitativas, cujos elementos são selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise”.

b) em subtipo de máxima homogeneidade:

“A seleção se restringe aos elementos que compartilham um conjunto pré-definido de características (...) favorável para estudos em profundidade”.

c) em subtipo por critério:

“São selecionados os elementos por construções teóricas relativas ao problema de pesquisa”.

A metodologia aplicada neste estudo se aproxima bastante do que é descrito pela teoria fundamentada. Sendo esta, então, guia durante a pesquisa e análise dos

dados visando seu refinamento, além de responder nossa pergunta metodológica de maneira constante. Esse processo será realizado até que os dados passem a ser reconhecidos por categorias, ou ainda, que as categorias emerjam; em nosso caso, a pesquisa busca, a partir da análise dos dados, que os critérios de noticiabilidade emerjam.

Essa abordagem é interessante porque permite ao pesquisador focar inicialmente nos dados, libertando-o da necessidade de criar um referencial teórico *a priori* e ser obrigado a criar hipóteses e questões de pesquisa antes de ir a campo. A proposta da TF valoriza a experiência empírica e, por isso, proporciona uma forma única de perceber a emergência da teoria a partir dos dados, sendo especialmente adequada para quem estuda temáticas novas e com poucas fontes bibliográficas (...) Assim, a teoria não é exatamente “descoberta”, mas construída pela perspectiva do pesquisador, por sua experiência anterior e sua visão do fenômeno (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.110).

Nosso processo de codificação aberta será construído por meio de uma categorização sistemática da análise dos dados. Ao clicar no link, somos endereçados para o conteúdo jornalístico dentro da página web do perfil que twitou. O link dos tweets, uma vez acessado, terá seu conteúdo lido integralmente. Dessa forma, será possível identificar os critérios de noticiabilidade presentes e identificar as categorias tematizadas, bem como identificar o formato do conteúdo apresentado, representados graficamente.

Exemplo :

## Americas

### 'Renoir painting' found at flea market in US

Possible original Pierre-Auguste Renoir painting said to be worth up to \$100,000, bought for about \$50 in Virginia.

Last Modified: 09 Sep 2012 06:30

Like 201 Tweet 277 +1 1 Share Email Print Share Feedback



A Renoir plaque on the frame prompted the buyer to have it analysed by a local auction house [Reuters]

An original painting which may be the work of French Impressionist Pierre-Auguste Renoir has been discovered in the US state of Virginia.

The painting was bought by a woman as part of a box lot that included a doll and a plastic cow, and cost about \$50 at a flea market.

Experts believe it is "Paysage Bords De Seine", one of Renoir's river scenes along the Seine river.

Anee Craner, Director of Fine Arts from Potomack Company told Al Jazeera: "The lady brought it in, she was very excited, but she didn't know. She opened up the bag and straight away it just looked right. I mean it's the color, it's the vibrant color, it's the pinks and the purples. Renoir is known for his rapid brush strokes"

The painting is expected to be worth up to \$100,000, much more than the meagre price the woman purchased it for.

It is now set to be auctioned off on September 29 in Alexandria.

The painting is thought to have been purchased from a Paris gallery in 1926, and has now been rediscovered.

A Renoir plaque on the frame prompted the woman to have it analysed by a local auction house.

### Figura 9 - Imagem da matéria analisada, endereçada pelo Twitter da Agência AjEnglish

Base de Análise: 1) Data, 2) Localização da agência, 3) Twitter (nome de usuário), 4) Tweet, 5) Critério de Noticiabilidade, 6) Categoria Temática, 7) Tipo de Conteúdo, 8) Localização (país, estado, cidade).

Exemplo de análise: 1) 08/09/2012, 2) Qatar, 3) ajEnglish, 4) "Renoir painting' found at flea market in US", 5) Curiosidade-Surpresa, 6) Inusitado-Arte, 7) Texto-Fotografia, 8) Estados Unidos – Virgínia.

Em nosso estudo, o primeiro passo foi criar uma conta no twitter (@busstese) e passar a seguir os perfis de nosso interesse de pesquisa (corpus de análise) e

descritos anteriormente. A partir disso, realizamos o trabalho de observação e coleta de dados por vinte e quatro horas ininterruptas, ocorrida no dia 27/07/2013. Em um primeiro momento, não descartamos nenhum desses tweets, para posterior análise do conteúdo. Esta trata da leitura do que está escrito nos tweets coletados da timeline da pesquisa do Twitter (disponível em [www.twitter.com/busstese](http://www.twitter.com/busstese)). Com isso, será possível o mapeamento dos resultados que serão representados graficamente e analisados conceitualmente. A tabela de análise dos tweets está organizada a partir dos seguintes tópicos: data, localização da agência, twitter (nome do usuário), tweet, critério de noticiabilidade, categoria temática, tipo de conteúdo, localização (país, estado, cidade).

## **CAPÍTULO VII: LEITURA DOS RESULTADOS**

A partir da proposição metodológica deste estudo, apresentamos, neste fragmento, a leitura dos resultados e, por conseguinte, a sua discussão e a análise.

Os dados a seguir são a resultante metodológica que consistiu na análise de 180 (cento e oitenta) matérias elencadas pela *timeline* do Twitter de 10 agências nacionais e internacionais de notícia. Ao contrário do que esperávamos no momento de qualificação deste estudo, o número de dias e, conseqüentemente, o número de notícias examinadas foi reduzido, isso se deve ao fato de termos observado que se encaminhavam para os mesmos resultados em um ou mais dias de análise, o que apontamos como um resultado de pesquisa. Essa escolha viabilizou uma melhor análise sobre o conteúdo das matérias jornalísticas. A busca pela revisitação dos critérios de noticiabilidade exigiu-nos observações para além do objeto em si, como possíveis fatores de influência sobre os critérios de noticiabilidade: como o formato de apresentação da notícia e sua localização (local onde se deu determinado acontecimento), para discutir, por exemplo, aspectos do critério de proximidade.

Em nossa pesquisa, contemplamos a análise criteriosa de 180 (cento e oitenta) notícias jornalísticas oriundas de agências de notícias espalhadas por seis países, distribuídas a partir de seus perfis no Twitter.

### **Resultados Gerais:**

A presença jornalística da agência do Qatar (Al Jazeera) representa 18,33% das matérias analisadas, aproxima-se dos 21,11% de matérias distribuídas pela

Associated Press (Estados Unidos). A brasileira G1, representa 9,44% das notícias distribuídas. Comparativamente, a Reutersbr (Brasil) tem maior distribuição de notícias, 11,67%, já a versão inglesa, Reuters (Reino Unido), tem 9,44% de notícias. Do lado extremo da pirâmide e com representatividade quase nula está a versão brasileira da agência Deutsche Welle (Alemanha), representando apenas 1,11% das notícias analisadas. No gráfico, que segue, está ilustrado o ranking do número de notícias por agência, em percentual:



**Tabela 2 – Número de notícias por agências (%)**

O formato das notícias refere-se ao modo de apresentação do conteúdo jornalístico e foram identificados os seguintes tipos: foto (apenas foto), infográfico interativo, texto (apenas texto), texto e foto, texto e vídeo, texto e foto e vídeo, vídeo (apenas vídeo) e tweet (sem link).

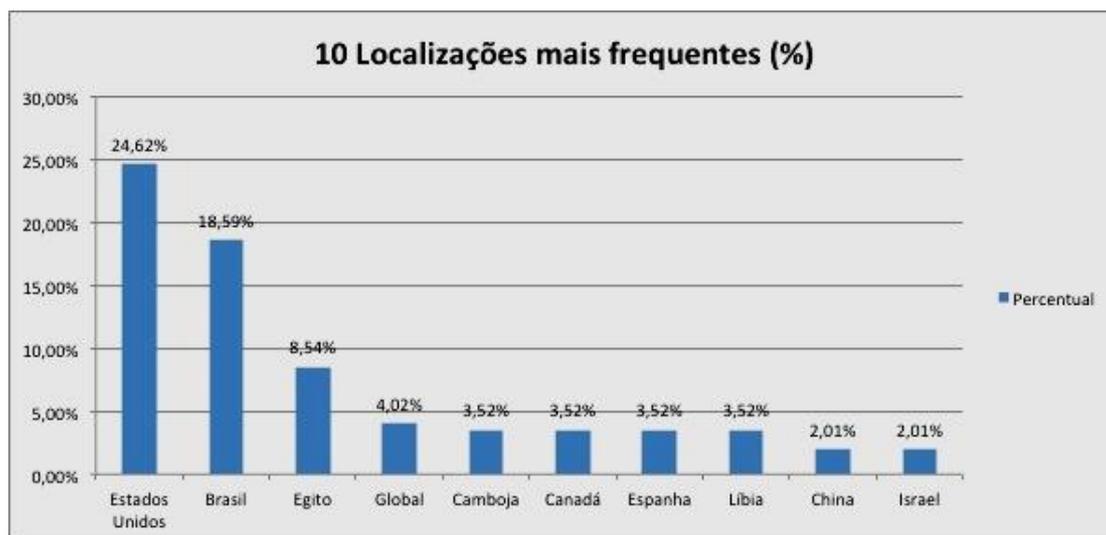
Assistimos à prevalência do formato de texto e foto em 64,44% das notícias, seguido de texto (apenas texto) em 13,33% das matérias. Estendendo o uso do texto em outras combinações, foi identificada em 11,11% a utilização de texto e vídeo para a composição da notícia. Em 5% das vezes, a matéria foi organizada com o uso dos

recursos de texto, foto e vídeo juntos. O emprego da fotografia (apenas foto) com título e legenda representa 1,67% das notícias. O uso do vídeo (apenas vídeo) foi verificado em 2,78% das matérias. Os tweets sem link para o site da agência de notícias, contendo o fato no próprio tweet, representam 1,11%. O uso de infográfico interativo foi levantado em apenas uma notícia, representando 0,56% da totalidade analisada. No gráfico abaixo, está a distribuição do formato das notícias:



**Tabela 3 – Formato de Notícias**

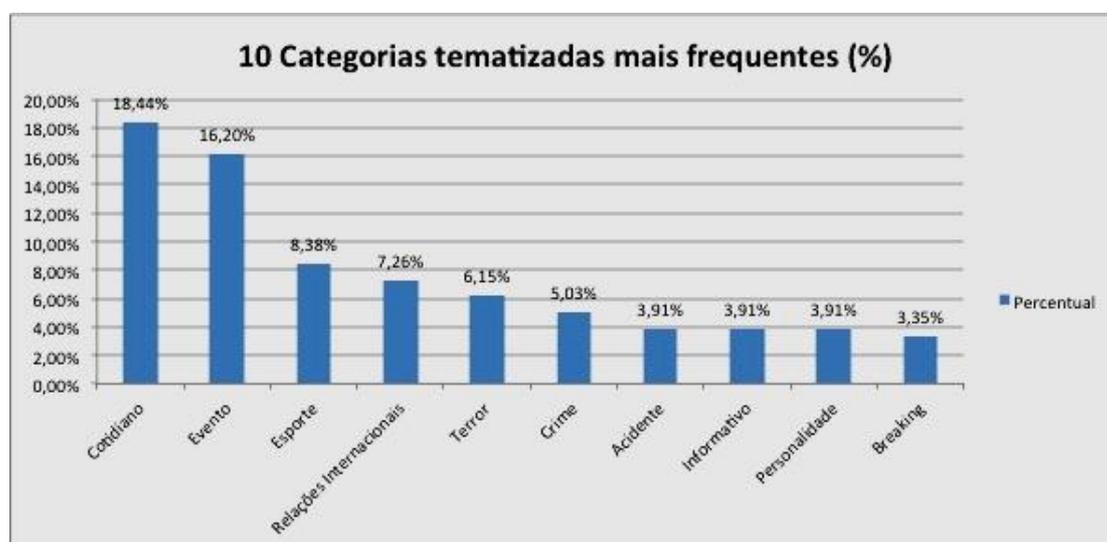
A leitura do resultado das localizações mais frequentes refere-se ao local de acontecimento da notícia, independente da localização da agência. Os Estados Unidos são o cenário de 24,62% dos acontecimentos, seguido do Brasil, em 18,59% das vezes. Em terceira localização mais frequente, está o Egito com 8,54% das referências. A frequência que chamamos de Global trata de acontecimentos que não se relacionam a nenhum local geográfico específico, sendo identificada em 4,02% das notícias. Os países China e Israel pontuam individualmente 2,01% de referência a sua localidade. Na tabela abaixo, está elencado o percentual das localizações mais frequentes:



**Tabela 4 – 10 Localizações mais frequentes (%)**

As categorias tematizadas compõem nossa interpretação livre sobre as notícias, sem comprometimento teórico e com atenção quanto à descoberta de algum critério de noticiabilidade não postulado nas teorias descritas em nosso estudo. A categoria cotidiano, que compreende os acontecimentos corriqueiros e que são referentes ao dia-a-dia das pessoas e cidades, foi identificada em 18,44% das notícias. A categoria de evento refere-se aos acontecimentos que envolvem algum episódio com pessoas públicas ou multidões, como a visita de um chefe de estado a um país, sendo observada em 16,20% das matérias analisadas. Os acontecimentos esportivos representam 8,38% dos temas noticiados, seguido de assuntos sobre relações internacionais, aqueles episódios que incluem tratados ou embates entre países, com 7,26% de representação. A categoria terror que considera guerra e atos terroristas como relevância informacional soma 6,15% das vezes, seguido da categoria crime em 5,03% das notícias, sendo aqueles fatos relacionados à violência urbana e contra pessoas. As categorias subsequentes de acidente, informativo e personalidade somam 3,91% individualmente. Com menor índice entre as categorias tematizadas, breaking

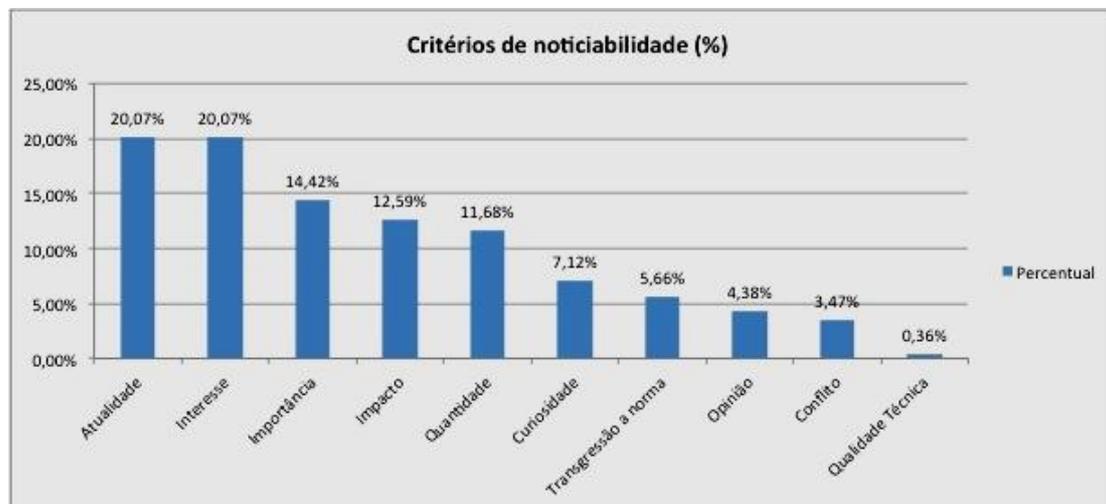
obteve 3,55% de representação, sendo aqueles acontecimentos de última hora, o que chamamos de breaking-news. Na tabela a seguir, constam elencadas as 10 categorias tematizadas mais frequentes:



**Tabela 5 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes**

A leitura dos resultados da análise sobre os critérios de noticiabilidade constata a presença de todos aqueles critérios teorizados, com frequências que variam. Os critérios de atualidade e interesse foram identificados com equivalência de frequência em 20,07% das notícias. O critério de noticiabilidade importância é verificado em 14,42% das notícias, seguido de impacto em 12,59% das vezes. Quantidade, o critério que considera números para agregar noticiabilidade a um acontecimento, está presente em 11,68% das notícias. O critério de curiosidade foi observado em 7,12% das matérias, o qual considera fatos inusitados e que fogem do esperado e comum. Em 5,66% das notícias, o critério de transgressão à norma está presente, seguido do critério de opinião, em 4,38%, quando se refere a algum pronunciamento ou proferição de alguma personalidade. O penúltimo critério de noticiabilidade em percentual de aparição é conflito, em 3,47%, e qualidade técnica,

que se refere especificamente ao conteúdo não verbal e condições estéticas da notícia, que foi considerada em apenas duas notícias, representando 0,36%.



**Tabela 6 – Critérios de noticiabilidade (%)**

## LEITURA INDIVIDUALIZADA DOS RESULTADOS POR AGÊNCIA

### AFP (Associated French Press/França):

A Associated French Press, fundada em 1835, é uma agência de notícias francesa, com 200 escritórios em 150 países. Em sua conta no Twitter (@AFP), totaliza 28.771 tweets e 94.022 seguidores<sup>18</sup>.

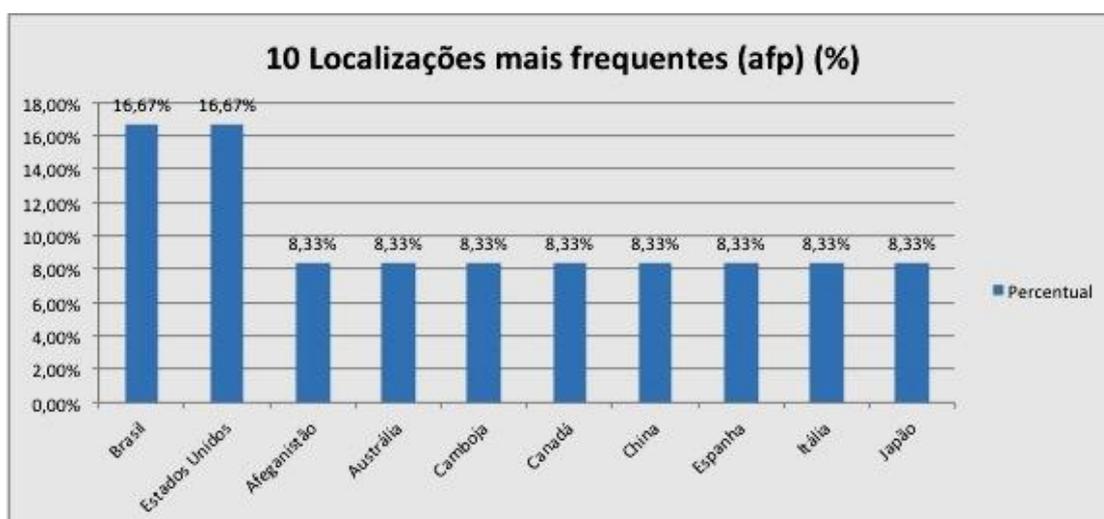
O formato das notícias da AFP foi integralmente composto por texto e foto, tipo identificado em 100% das vezes. Segue a ilustração deste resultado em gráfico:

<sup>18</sup> <https://twitter.com/AFP>. Dados atualizados em 19 de agosto de 2013.



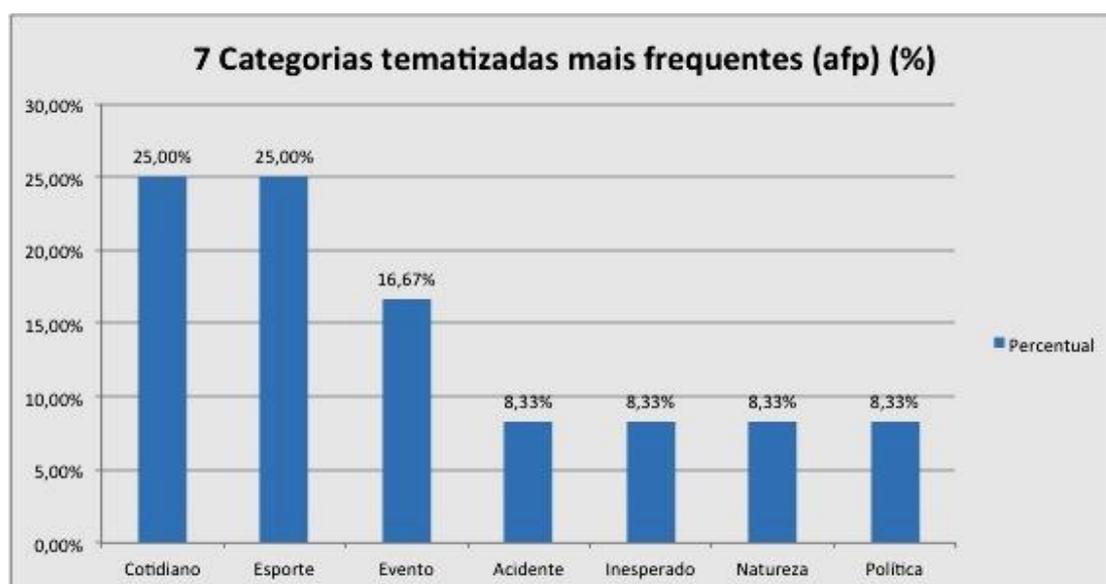
**Tabela 7 – Tipos de Notícias (afp)**

No que concerne às localizações das notícias mais frequentes nas notícias da agência, observamos o Brasil presente em 16,67% das vezes e igualmente os Estados Unidos (16,67%). Os outros oito países que figuravam a localização das matérias totalizam o percentual de 8,33% cada. O país de origem da agência, no caso a França, não foi identificado.



**Tabela 8 – 10 Localizações mais frequentes (afp) (%)**

Totalizaram sete categorias tematizadas mais recorrentes nas notícias analisadas, sendo cotidiano e esporte individualmente identificados em 25% das vezes, seguido do tema evento em 16,67% das matérias. Os outros quatro temas mais frequentes foram igualmente percebidos em 8,33% das vezes, como mostra a tabela a seguir:



**Tabela 9 – 7 Categorias tematizadas mais frequentes (afp) (%)**

O critério de noticiabilidade com maior percentual de recorrência nas notícias analisadas originadas na AFP foi o de atualidade em 25% do total. Logo em seguida, o critério de impacto aparece em 15,63% das matérias jornalísticas. Os critérios curiosidade, importância e interesse aparecem com valores iguais em 12,5% das vezes. Em 9,38% das notícias, o critério de quantidade foi identificado e, em 6,25% das vezes, transgressão à norma esteve presente. Conflito e opinião aparecem na mesma colocação com 3,13% de presença. O critério de qualidade técnica não foi identificado.



**Tabela 10 – Critérios de Noticiabilidade (afp) (%)**

#### **Al Jazeera (Qatar):**

A agência Al Jazeera está localizada geograficamente no Qatar, faz parte de um conglomerado comunicacional, o seu conteúdo é distribuído em língua local e em inglês. Sua presença no Twitter é representada por 99.117 tweets e 1.744,296 seguidores<sup>19</sup>.

O formato de composição das notícias está representado em todas as vezes pela junção entre texto e outro conteúdo não verbal. O tipo mais recorrente é texto e vídeo em 45,45% das notícias. O segundo tipo mais frequente identificado é o uso de texto e foto presente em 33,33% das matérias. Em 25,15% das vezes, as notícias foram compostas a partir do uso de texto, foto e vídeo juntos. O uso de vídeo (apenas vídeo) constitui 6,06% das matérias, conforme ilustrado no gráfico que segue:

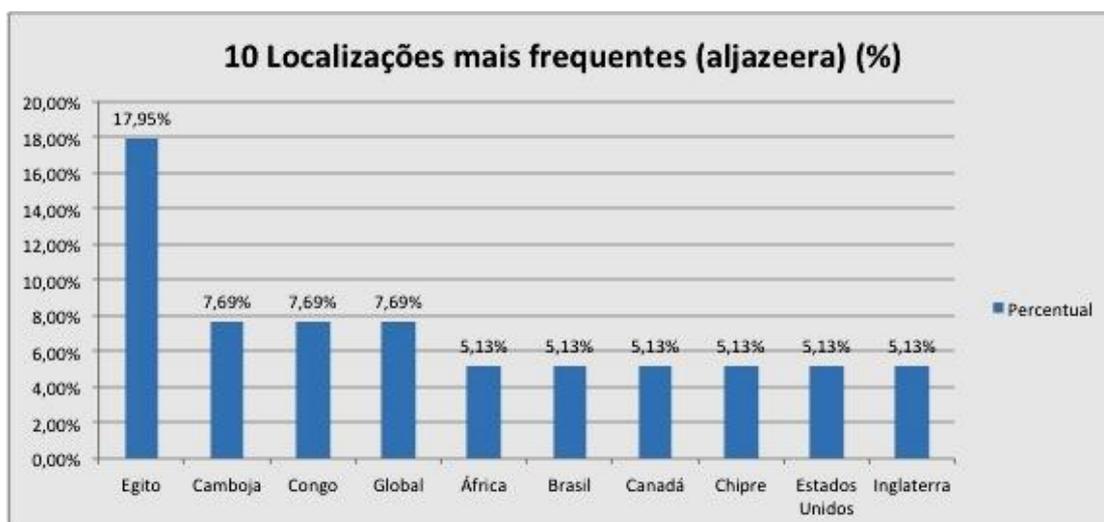
<sup>19</sup> <https://twitter.com/AJEnglish>. Dados atualizados em 19 de agosto de 2013.



**Tabela 11 – Tipos de Notícias (aljazeera)**

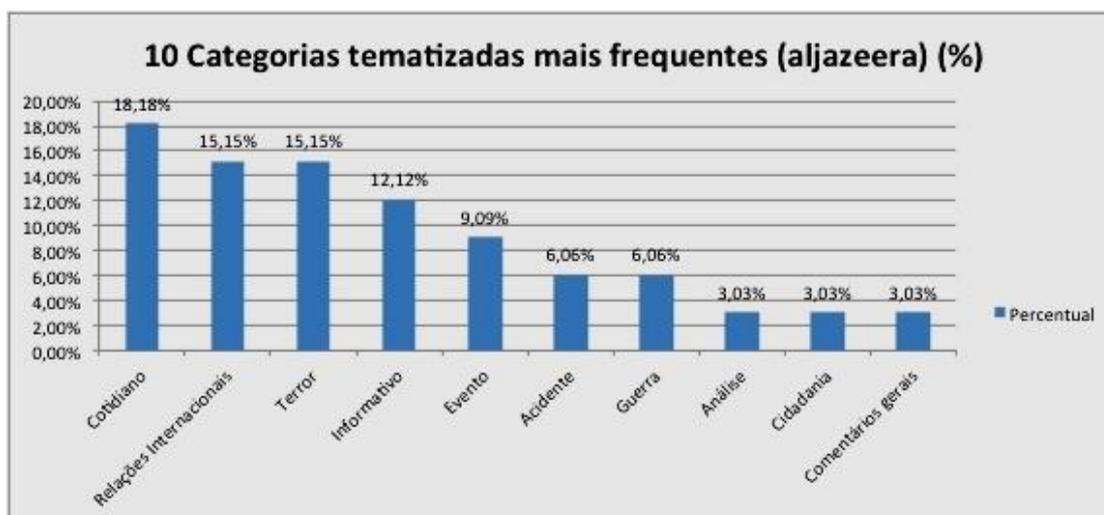
A análise relativa à localização das notícias mostra o Egito como a região mais frequente nas notícias da AJEnglish em 17,95% das vezes. Com o mesmo percentual, os países Camboja e Congo aparecem em 7,69% como a região de referência da notícia. O que chamamos de Global foi identificado em 7,69% das vezes, por não definir uma região específica na notícia. Os seguintes países África<sup>20</sup>, Brasil, Canadá, Chipre, Estados Unidos e Inglaterra obtêm equivalência de percentual em 5,13%, como pode ser visualizado na tabela que segue:

<sup>20</sup> Consideramos o continente africano como um todo, por não haver especificação de país, em muitos dos casos.



**Tabela 12 – 10 Localizações mais frequentes (aljazeera) (%)**

Dentre as 10 categorias tematizadas, identificamos cotidiano como a mais frequente em 18,18% das vezes. Os temas relativos às relações internacionais e ao terror são localizados em 15,15% das vezes, cada um. A categoria que se denomina informativo representa 12,12% das notícias e evento, 9,09%. Os temas acidente e guerra estão no mesmo patamar de frequência com 6,06%. Com o percentual de 3,03% cada as categorias tematizadas análise, cidadania e comentários gerais foram identificadas, como mostra a tabela a seguir:



**Tabela 13 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes (aljazeera) (%)**

O critério de noticiabilidade interesse está evidenciado em 20,18% das notícias analisadas da Al Jazeera, seguido do critério de importância em 19,27% das vezes. Em 14,68% das matérias, o critério de atualidade foi observado e 13,76% (cada) é o percentual dos critérios de impacto e quantidade. Os critérios de noticiabilidade conflito e transgressão à norma estão presentes em 5,50% das notícias. Da totalidade das notícias da Al Jazeera, 4,59% das vezes, o critério de opinião foi constatado, seguido de curiosidade em 1,83% e qualidade técnica em 0,92% das vezes.

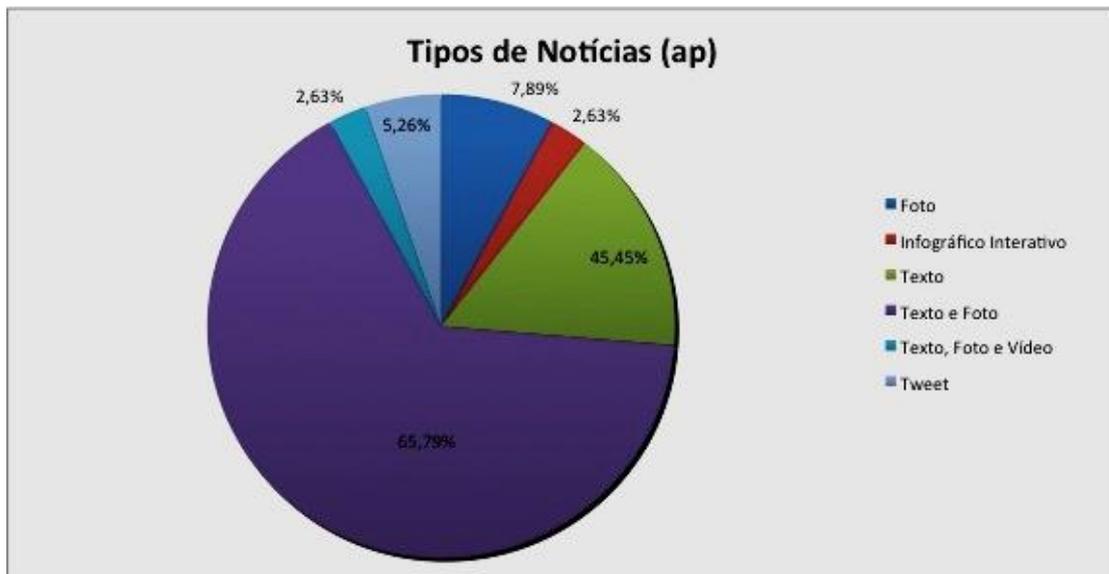


**Tabela 14 – Critérios de Noticiabilidade (aljazeera) (%)**

**AP (Associated Press/Estados Unidos):**

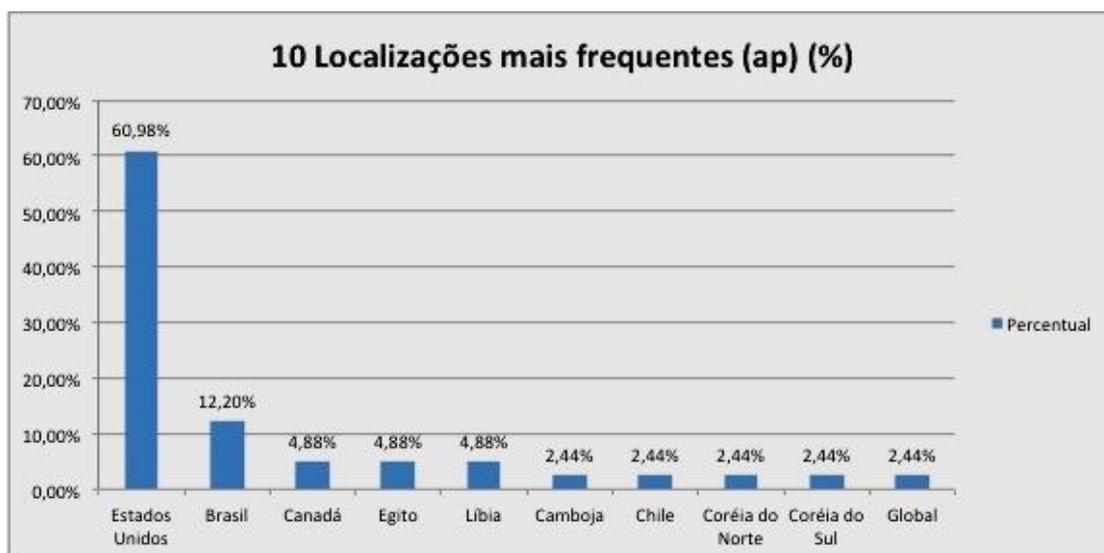
A agência americana Associated Press está geograficamente localizada na cidade de Nova York (EUA), porém tem algum tipo de representação em 280 cidades ao redor do mundo. No Twitter, a agência soma 59.697 tweets e 2.959,948 seguidores.

Do tipo de notícias da agência, levantamos que a combinação texto e foto representa maioria em 65,79% das matérias jornalísticas. A composição das notícias em texto (apenas texto) figura 45,45%. A formatação em infográfico interativo está presente em 2,63% das notícias, sendo o mesmo percentual da tipificação da junção texto, foto e vídeo (2,63%). O uso do tweet (sem links externos) compõe 5,26% da totalidade analisada e 7,89% das vezes o formato era (apenas) foto, conforme ilustrado abaixo:



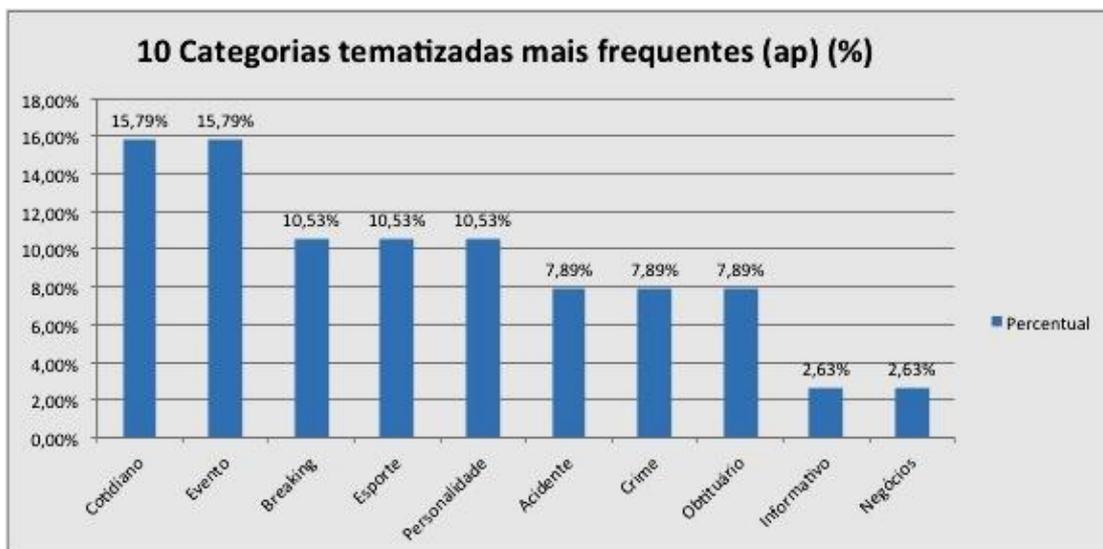
**Tabela 15 – Tipos de Notícias (ap)**

Em primeiro lugar entre as localizações mais frequentes das notícias da AP, estão os Estados Unidos em 60,98% das vezes. O Brasil figura em segundo lugar em 12,20% das matérias jornalísticas. Os países Canadá, Egito e Líbia totalizam individualmente o percentual de 4,88% de referência a sua localização nas notícias. As outras localidades Camboja, Chile, Coreia do Norte, Coreia do Sul e Global representam 2,44% (cada), como organizado na tabela a seguir:



**Tabela 16 – 10 Localizações mais frequentes (ap) (%)**

As categorias tematizadas cotidiano e evento foram identificadas individualmente em 15,79% das notícias da AP. Os temas breaking, esporte e personalidade estão presentes em 10,53% das vezes (cada). As três categorias subsequentes acidente, crime e obituário figuram cada uma com percentual de 7,89%. Em 2,63% das notícias, a categoria informativo foi identificada e com mesmo percentual a categoria tematizada negócios (2,63%), como pode ser observado na tabela abaixo:



**Tabela 17 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes (ap) (%)**

A análise sobre os critérios de noticiabilidade presentes nas notícias da AP mostra atualidade com o percentual de 21,57%, seguido do critério de interesse em 17,65% das vezes. Em 15,69% das matérias jornalísticas, curiosidade estava presente e quantidade pontuou igualmente 15,69%. O critério de impacto foi contemplado em 10,78% das notícias. Importância e transgressão à norma individualmente são observados em 5,88% das vezes e, logo em seguida, opinião em 4,90% das notícias. Aparecem, em 0,98% das matérias jornalísticas da AP, os critérios de conflito e qualidade técnica, como evidenciado na tabela que segue:



**Tabela 18 – Critérios de Noticiabilidade (ap) (%)**

### **CNN (Estados Unidos):**

A Cable News Network Internacional, fundada em 1980, é referência na produção e distribuição de notícias norte-americanas. Com o slogan Go Beyond Borders, distribui notícias 24 horas por dia. O Twitter da CNN Internacional é representado por 941,289 seguidores e 60,180 tweets<sup>21</sup>.

Foram identificados quatro tipos de formatação nas notícias analisadas, sendo que, em 54,55% das vezes, o modelo era de texto e foto, seguido de vídeo (apenas vídeo) em 27,27% das matérias. O texto (apenas texto) foi utilizado em 9,09% das notícias e com mesmo valor a utilização de texto e vídeo foi observada (9,09%), como ilustrado no gráfico que se apresenta na sequência:

<sup>21</sup> <https://twitter.com/cnni>. Dados atualizados em 20 de agosto de 2013.



**Tabela 19 – Tipos de Notícias (cnn)**

Das localizações das notícias presentes, os Estados Unidos aparecem em 30,77% das vezes e, em segundo lugar, estão o Brasil, China e Global em 15,38% matérias jornalísticas cada país. As outras três localidades Alemanha, Camboja e Coreia do Sul representam individualmente 7,69% das notícias, conforme mostra a tabela:



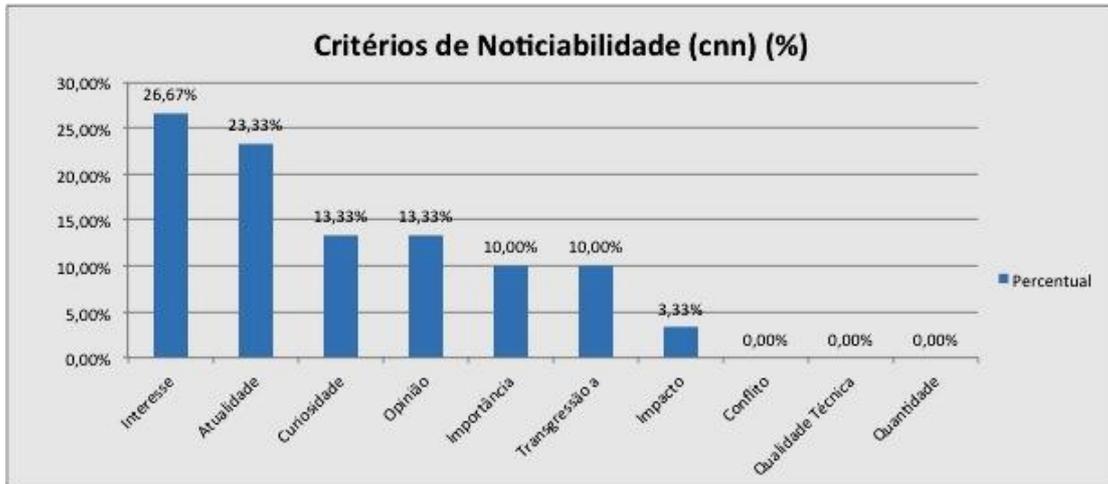
**Tabela 20 – 7 Localizações citadas (cnn) (%)**

Totalizaram sete as categorias tematizadas e que foram identificadas nas notícias da CNN, sendo cotidiano a mais recorrente em 27,27% das vezes. As categorias evento e inesperado são observadas individualmente em 18,18% das notícias. As outras quatro categorias tematizadas crime, esporte, informativo e personalidade conformam (cada) 9,09% do total analisado, como pode ser verificado na tabela que segue:



**Tabela 21 – 7 Categorias tematizadas citadas (cnn) (%)**

O critério de noticiabilidade interesse está presente em 26,67% das notícias veiculadas pela agencia norte-americana. Atualidade foi verificada em 23,33% das vezes, seguida de curiosidade e opinião que individualmente somaram 13,33% das notícias. Em 10% das matérias jornalísticas, os critérios de importância e transgressão à norma foram observados (cada um), seguido de impacto em 3,33% das vezes. Como pode ser analisado na tabela, em continuidade, não foram verificados os critérios de conflito, qualidade técnica e quantidade nas notícias de CNN.



**Tabela 22 – Critérios de Noticiabilidade (cnn) (%)**

**DWBrasil (Brasil):**

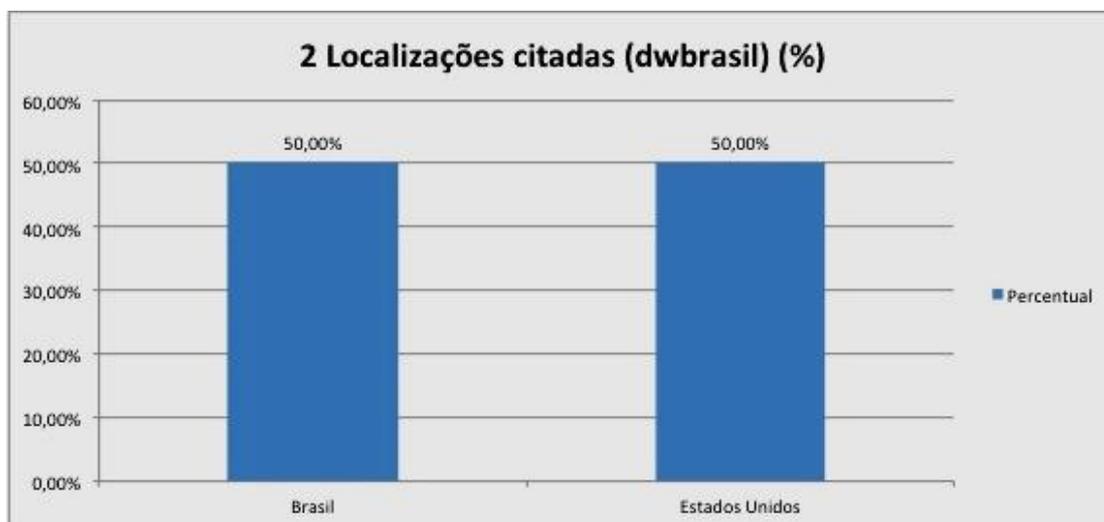
A DW Brasil é a filial brasileira da agência alemã fundada em 1953. No Twitter, é representada por 10.790 tweets e 5.020 seguidores.

A totalidade das notícias da agência analisadas são apresentadas no formato de texto e vídeo, como pode ser visto no gráfico:



**Tabela 23 – Tipos de Notícias (dwbrasil)**

Das localizações presentes nas notícias, Brasil e Estados Unidos foram representados cada um em 50% das vezes. Como pode ser observado na tabela, não houve menção a outras localidades nas matérias jornalísticas analisadas:



**Tabela 24 – 2 Localizações citadas (dwbrasil) (%)**

Foram observadas duas categorias tematizadas evento e relações internacionais e ambas com a mesma incidência de 50%:



**Tabela 25 – 2 Categorias tematizadas citadas (dwbrasil) (%)**

Os critérios de noticiabilidade presentes nas notícias da DWBrasil são atualidade e impacto em 25% das vezes (cada) e, individualmente, em 12,5% das matérias jornalísticas os critérios de importância, interesse, quantidade e transgressão à norma. Como pode ser visto na tabela a seguir, não foram encontrados os critérios de conflito, curiosidade, opinião e qualidade técnica.



**Tabela 26 – Critérios de Noticiabilidade (dwbrasil) (%)**

EFE (Espanha):

A agência de notícias espanhola EFE foi fundada em 1939 e, no Twitter, representa 16.800 tweets e 386,185 seguidores<sup>22</sup>.

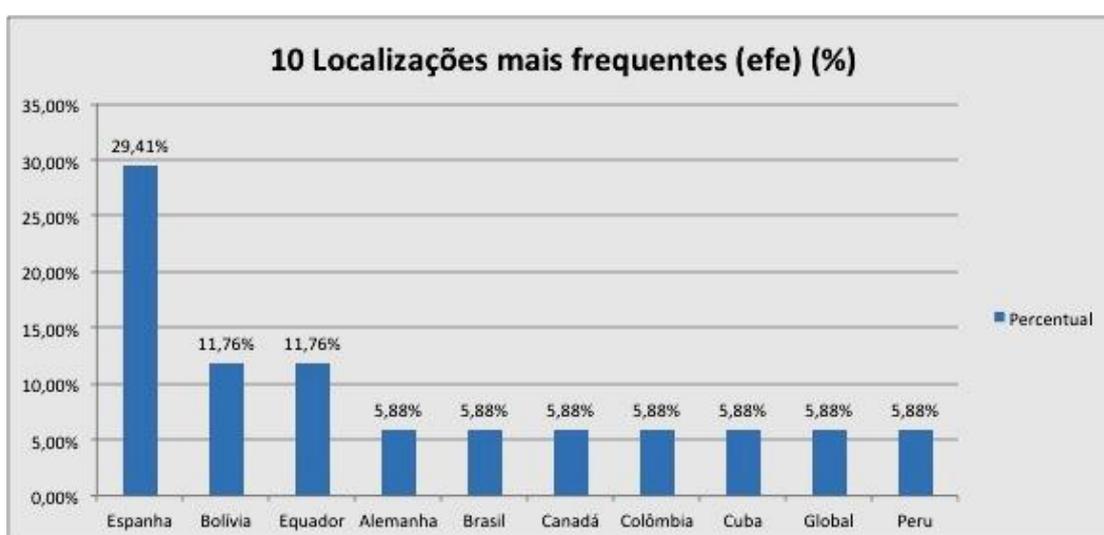
Em 87,50% das notícias, prevaleceu o uso do texto e foto na apresentação de seu conteúdo. Nos restantes 12,50% das matérias jornalísticas, o formato foi estabelecido em texto.

<sup>22</sup> <https://twitter.com/EFEnoticias>. Dados atualizados em 20 de agosto de 2013.



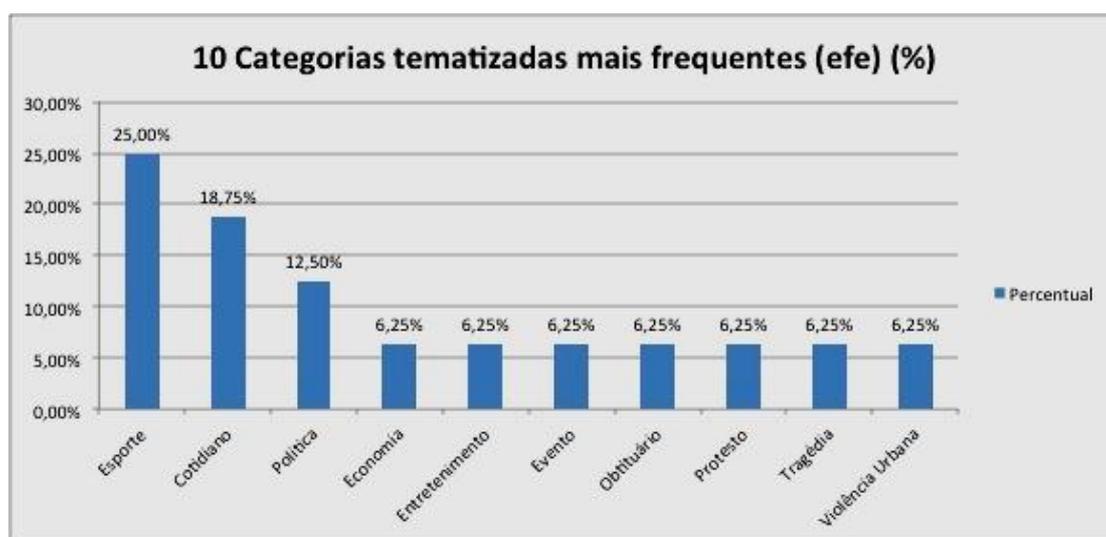
**Tabela 27 – Tipos de Notícias (efe)**

A localidade mais frequente nas notícias da EFE é a Espanha em 29,41% das vezes. Os países Bolívia e Equador representam cada um o percentual de 11,76%. Todos as outras localizações presentes nas matérias jornalísticas somaram individualmente 5,88%, como pode ser visto na tabela:



**Tabela 28 – 10 Localizações mais frequentes (efe) (%)**

Em 25% das notícias, esporte é a categoria tematizada mais frequente, seguida de cotidiano em 18,75% e política em 12,50% das vezes. As categorias de economia, entretenimento, evento, obituário, protesto, tragédia e violência urbana representam individualmente 6,25% de frequência nas notícias da EFE, como pode ser observado:



**Tabela 29 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes (efe) (%)**

O percentual identificado em cada critério de noticiabilidade foi individualmente de 25% para atualidade e interesse, seguido de importância em 16,67% das matérias analisadas. Em 12,50%, foi constatado o critério impacto e 10,42%, o critério de quantidade. Em 4,17% das notícias, os critérios de conflito e curiosidade foram observados (cada), já curiosidade pontuou 2,08% de recorrência. Como pode ser lido na tabela que segue, dois critérios não foram encontrados sendo o de qualidade técnica e transgressão à norma:



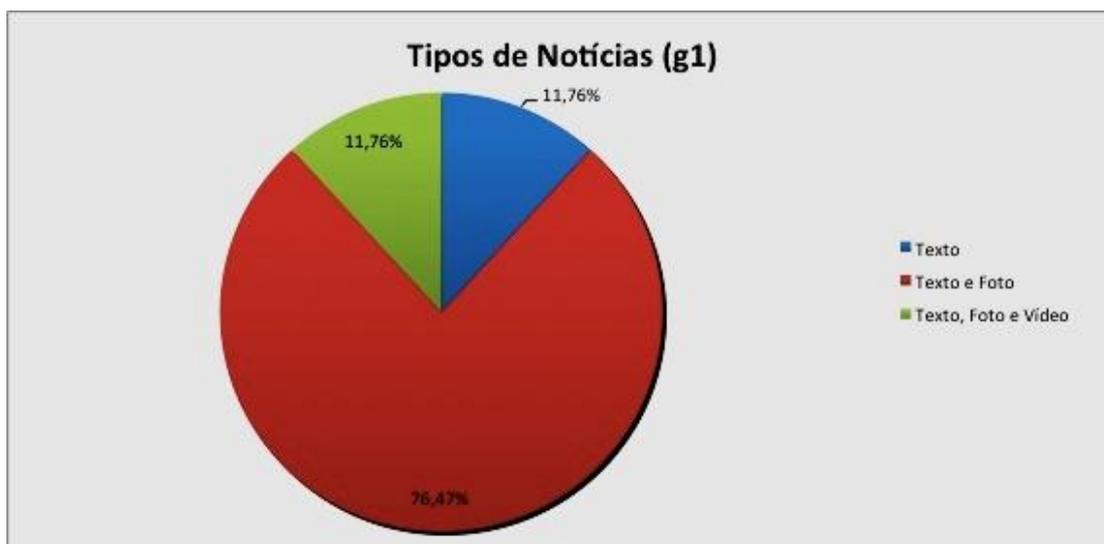
**Tabela 30 – Critérios de Noticiabilidade (efe) (%)**

### G1 (Brasil):

O G1 é um portal de notícias brasileiro, sendo a produtora de notícias distribuídas para múltiplas plataformas das organizações Globo, que inclui televisão, websites, jornais, rádio, etc. No Twitter, representa 271,154 tweets e 1.967,789 seguidores<sup>23</sup>.

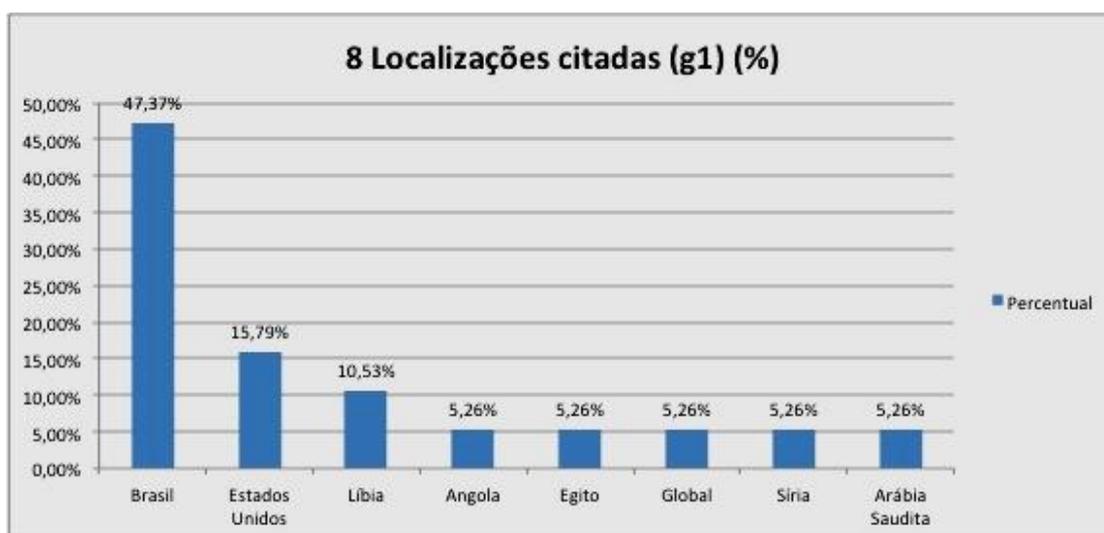
Em 76,47% das matérias analisadas, o formato de composição é de texto e foto. Os tipos de notícias texto (apenas texto) e texto, foto e vídeo são identificados em 11,76% das vezes (cada), como mostrado no gráfico a seguir:

<sup>23</sup> <https://twitter.com/g1>. Dados atualizados em 20 de agosto de 2013.



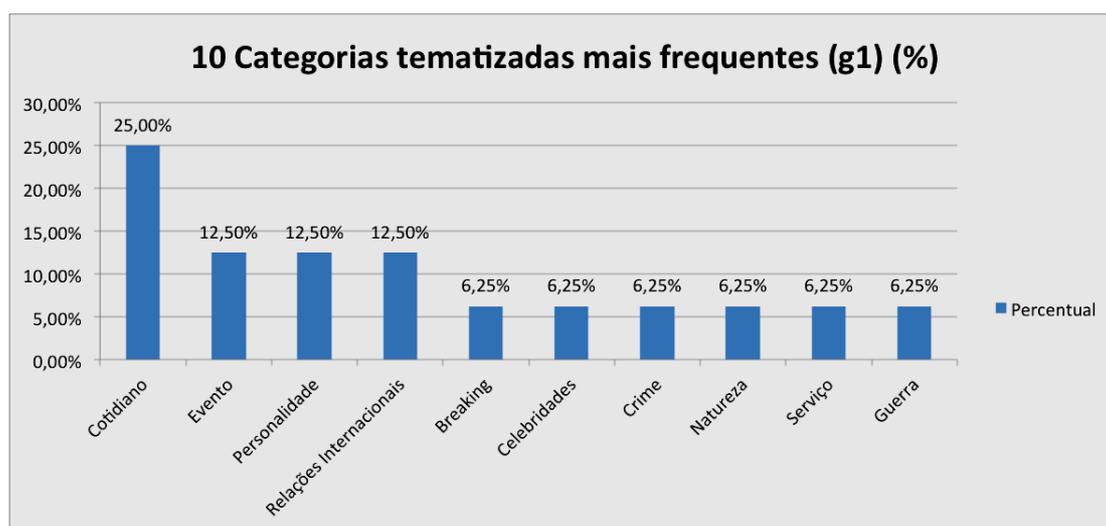
**Tabela 31 – Tipos de Notícias (g1)**

Da localização das notícias, no G1, o Brasil foi o país mais recorrente em 47,37% das vezes, seguido dos Estados Unidos em 15,79% e Líbia em 10,53% das notícias. Os países que figuram a mesma frequência de 5,26% são Angola, Egito, Global, Síria e Arábia Saudita, como tabelado abaixo:



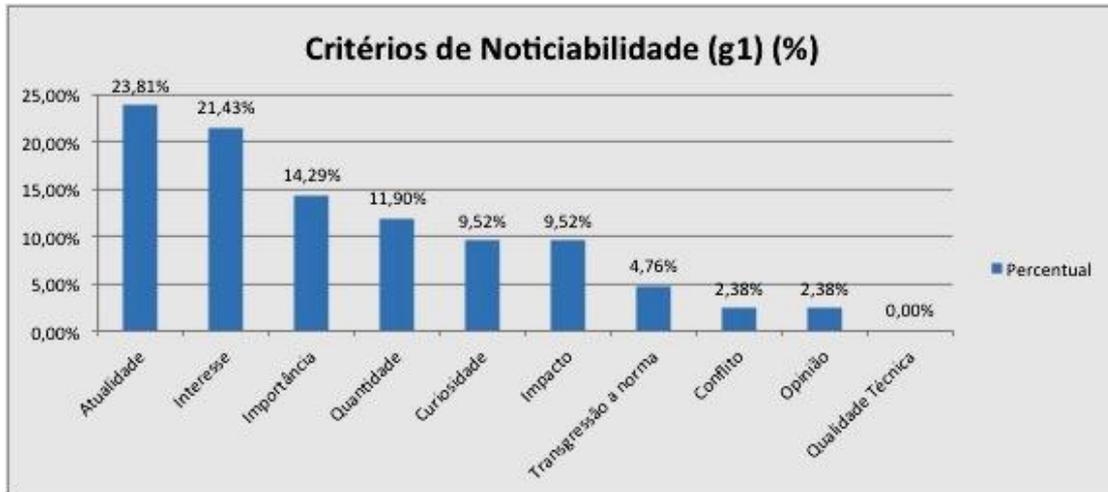
**Tabela 32 – 8 Localizações citadas (g1) (%)**

A categoria tematizada cotidiano foi a mais recorrente nas notícias da agência, representada em 25%. Em 12,50% das matérias jornalísticas, individualmente, foram identificadas as categorias de evento, personalidade e relações internacionais e, em 6,25%, cada uma das demais categorias: breaking, celebridades, crime, natureza, serviço, guerra, como pode ser analisado a seguir:



**Tabela 33 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes (g1) (%)**

O percentual de cada critério de noticiabilidade quantificado nas notícias de G1 analisadas foi de 23,81% de atualidade, 21,43% de interesse, 14,29% de importância e 11,90% de quantidade. Os critérios de curiosidade e impacto foram observados individualmente em 9,25% das notícias. Em 4,76% das vezes, foi verificado o critério de transgressão à norma, seguido de conflito e opinião em 2,38% (cada). O critério de qualidade técnica não foi observado em nenhuma das matérias jornalísticas, como pode ser visto na tabela:



**Tabela 34 – Critérios de Noticiabilidade (g1) (%)**

**NBCNews (Estados Unidos):**

A NBCNews produz e distribui notícias para diversas plataformas do grupo comunicacional NBC e significativamente atinge, por mês, mais de 58 milhões de visitantes em sua página na internet ou 1,2 bilhão de pageviews. No Twitter, a agência soma 24.699 tweets e 978,670 seguidores<sup>24</sup>.

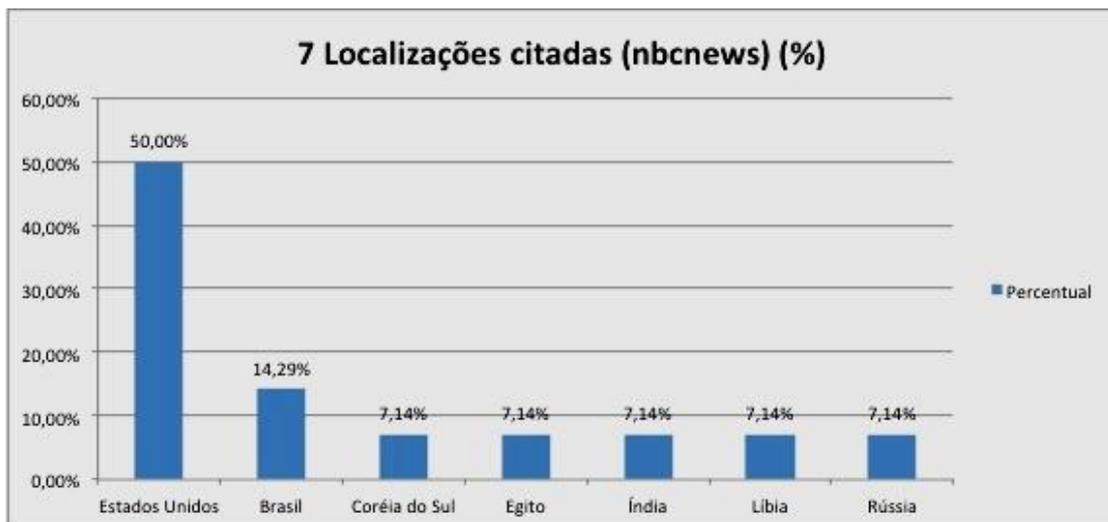
O modo de apresentação das notícias com maior prevalência é o de texto e foto, em 53,85% das vezes, sendo seguido de texto e vídeo em 30,77% das matérias jornalísticas. O uso de texto, foto e vídeo juntos representa 7,69% das matérias, o mesmo percentual observado para o uso do texto (apenas texto), como demonstra o gráfico na sequência:

<sup>24</sup> <http://www.nbcnews.com/id/32027560/> e <https://twitter.com/NBCNews>. Dados atualizados em 21 de agosto de 2013.



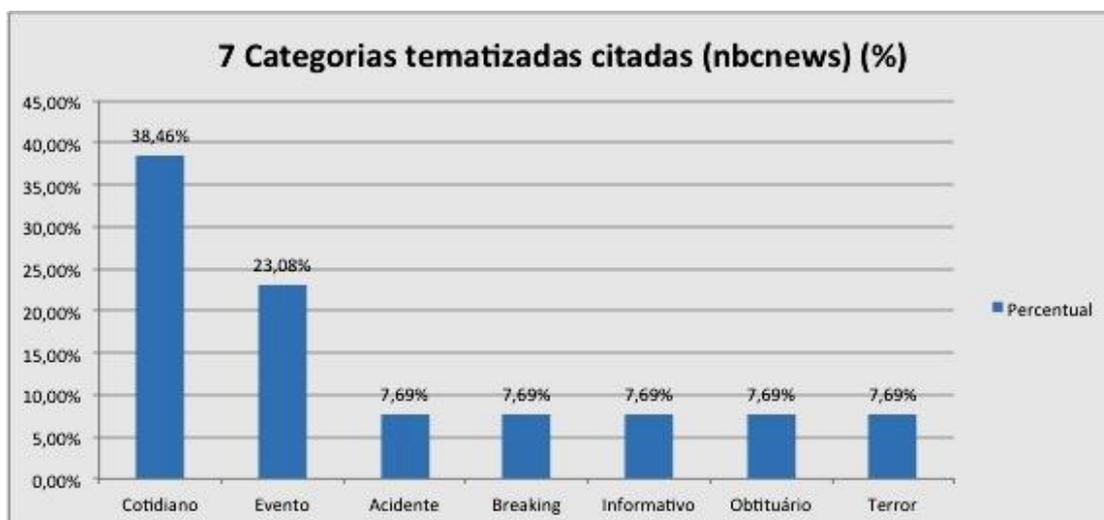
**Tabela 35 – Tipos de Notícias (nbcnews)**

Nas notícias analisadas da NBCNews, foram citadas sete localizações geográficas distintas e Estados Unidos figuram em 50% das vezes. O Brasil aparece como a segunda localização mais frequente em 14,29% das notícias. Os demais países Coreia do Sul, Egito, Índia, Líbia e Rússia compõem individualmente o percentual de 7,14%, como mostra a tabela a seguir:



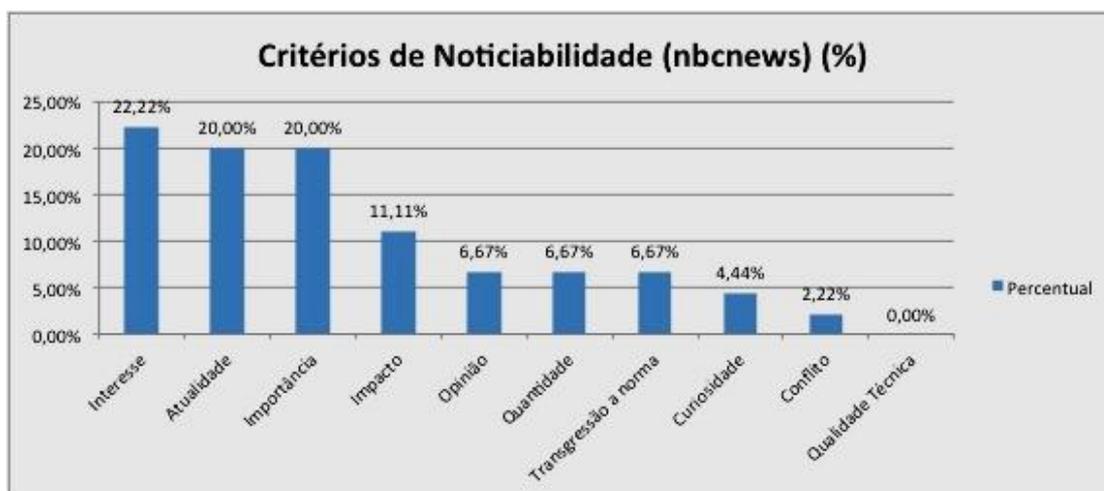
**Tabela 36 – 7 Localizações citadas (nbcnews) (%)**

A categoria tematizada cotidiano constitui 38,46% das notícias da NBCNews, seguida de evento em 23,08% das vezes. As demais categorias identificadas representam cada uma 7,69%, como pode ser lido na tabela:



**Tabela 37 – 7 Categorias tematizadas citadas (nbcnews) (%)**

O percentual dos critérios de noticiabilidade da agência é de 22,22% de interesse, 20% de atualidade e importância (cada) e 11,11% de impacto. Em 6,67% das vezes, os critérios de noticiabilidade opinião, quantidade e transgressão à norma são identificados. O critério de curiosidade representa o percentual de 4,44% e conflito de 2,22%. Qualidade técnica não foi observado em nenhuma matéria jornalística, como demonstra a tabela:



**Tabela 38 – Critérios de Noticiabilidade (nbcnews) (%)**

**Reuters (Reino Unido):**

A agência de notícias Reuters foi fundada em 1851, em Londres na Inglaterra.

No Twitter, representa 91.688 tweets e 3.201,150 seguidores<sup>25</sup>.

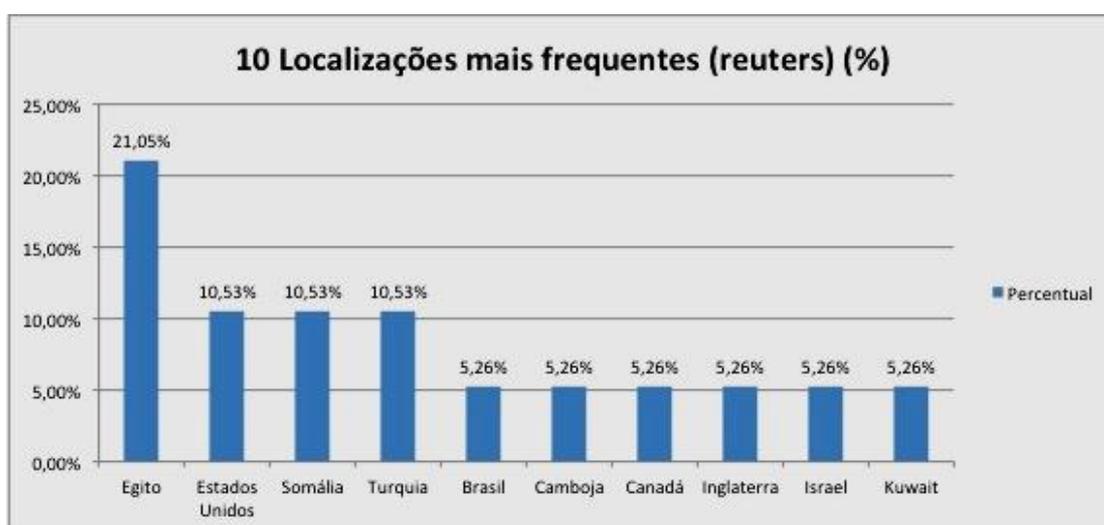
Das notícias analisadas oriundas da Reuters, foi observado em 88,24% das vezes o texto e foto como formato de seu conteúdo. O emprego de texto (apenas texto) representa o percentual de 11,76%, como pode ser visto no gráfico abaixo:

<sup>25</sup> <https://twitter.com/Reuters>. Dados atualizados em 21 de agosto de 2013.



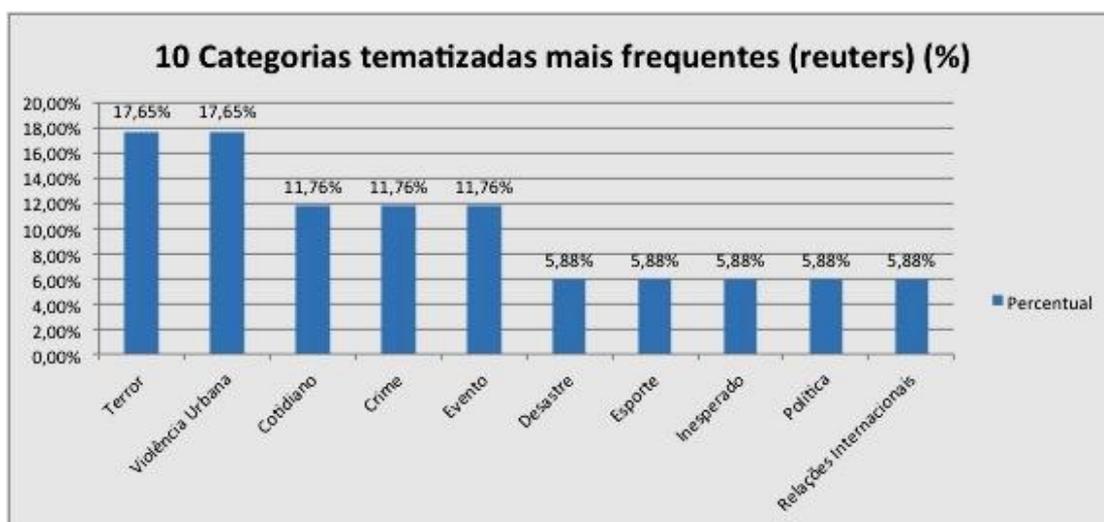
**Tabela 39 – Tipos de Notícias (reuters)**

O Egito foi o país com maior percentual de recorrência nas notícias da Reuters em 21,05% das vezes. Os três países subsequentes Estados Unidos, Somália e Turquia representaram cada um o percentual de 10,53%. As demais localizações mais frequentes somam individualmente o percentual de 5,26% de frequência, sendo o caso dos países Brasil, Camboja, Canadá, Inglaterra, Israel e Kuwait, como pode ser verificado na tabela:



**Tabela 40 – 10 Localizações mais frequentes (reuters) (%)**

Terror e violência urbana figuram com o maior percentual entre as categorias tematizadas nas notícias da Reuters sendo identificadas em 17,65% (cada) do total analisado. Em 11,76% (cada) das matérias jornalísticas, as categorias cotidiano, crime e evento foram observadas. As demais categorias somaram individualmente o percentual de 5,88%, como é mostrado na tabela a seguir:



**Tabela 41 – 10 Categorias tematizadas mais frequentes (Reuters) (%)**

O percentual de cada critério de noticiabilidade nas notícias da agência Reuters mostra atualidade e interesse em 18,33% das vezes, seguido de quantidade com 16,67% e importância em 15% das matérias analisadas. O critério de impacto foi verificado em 13,33% do conteúdo noticiado. Em 8,33% das matérias, os critérios de conflito e transgressão à norma foram constatados, seguido de curiosidade em 1,67% das vezes. Como pode ser analisado na tabela que segue, opinião e qualidade técnica não obtiveram representatividade:



**Tabela 42 – Critérios de Noticiabilidade (reuters) (%)**

### Reuters Brasil (Brasil):

A Reuters Brasil é o braço nacional da agência inglesa produtora de notícias. No Twitter, representa 19.219 tweets e 165.649 seguidores<sup>26</sup>.

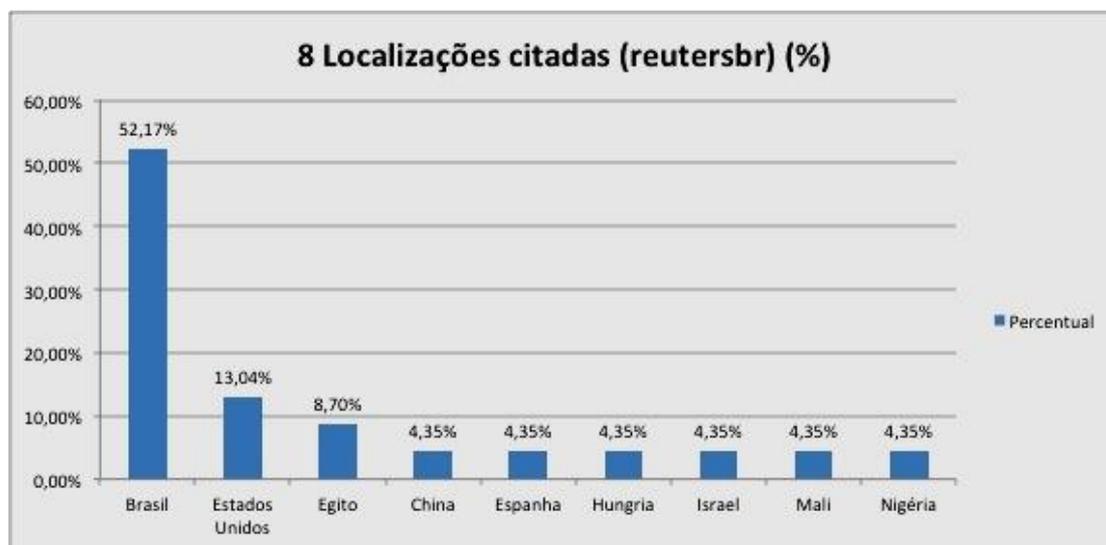
A utilização de texto e foto para a estruturação da notícia foi observada em 52,38% das vezes e texto (apenas texto) em 47,62% das matérias analisadas.



**Tabela 43 – Tipos de Notícias (reutersbr)**

<sup>26</sup> <https://twitter.com/ReutersBrazil>. Dados atualizados em 22 de agosto de 2013.

As oito localizações citadas nas notícias foram os países Brasil (52,17%), Estados Unidos (13,04%) e Egito (8,70%). As demais localizações somaram individualmente o percentual de 4,35%, sendo eles, China, Egito, Espanha, Hungria, Israel, Mali e Nigéria, como descrito na tabela:



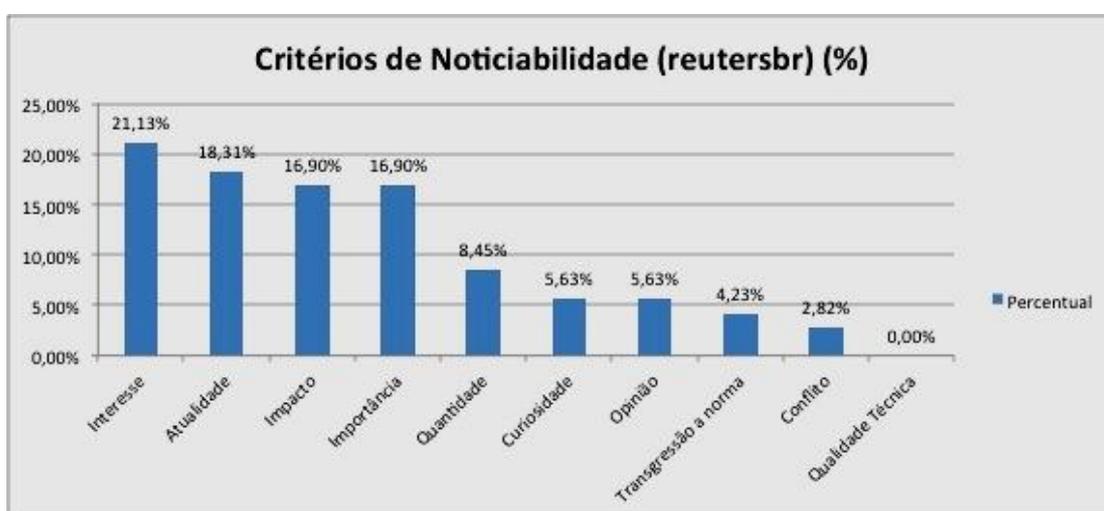
**Tabela 44 – 8 Localizações citadas (reutersbr) (%)**

Totalizaram nove categorias tematizadas a partir da análise das notícias veiculadas pela Reuters Brasil, evento foi identificado em 33,33% das matérias jornalísticas, seguida das categorias economia e relações internacionais ambas em 19,05% das vezes (cada). As demais categorias verificadas obtiverem o percentual individual de 4,76%, considerando cotidiano, crime, esporte, obituário, terror e tragédia, como pode ser analisado na tabela a seguir:



**Tabela 45 – 9 Categorias tematizadas citadas (reutersbr) (%)**

O percentual dos critérios de noticiabilidade presentes nas notícias é representado por interesse em 21,13%, atualidade em 18,31% e impacto e importância individualmente identificados em 16,90% do conteúdo analisado. Em 8,45% das vezes, o critério de quantidade foi observado. Os critérios de curiosidade e opinião somam cada um o percentual de 5,63%, seguido de conflito em 2,82% das notícias. O critério de qualidade técnica não foi constatado em nenhuma das matérias jornalísticas analisadas.



**Tabela 46 – Critérios de Noticiabilidade (reutersbr) (%)**

## CAPÍTULO VIII: SOBRE OS RESULTADOS

Neste capítulo, pretendemos flexionar os resultados obtidos em nossa pesquisa junto da perspectiva teórica trazida em nossa tese. Um dos propósitos desta conversação é promover a abertura de novos vieses de entendimento sobre os critérios de noticiabilidade, e mesmo considerando *sempre* a mutabilidade do objeto observado, é um estudo que representa uma análise fractal desse tempo e posicionado no contexto do presente. Apreciamos a ideia de entender este estudo como um degrau de uma escada construída por um grande grupo de pesquisadores, que se renova a cada instante, motivados por inúmeras e distintas intensões acadêmicas. A importância da análise realizada neste estudo é viabilizar um alargamento sobre nossa percepção acerca do objeto, os critérios de noticiabilidade. É essa visão renovada e flexionada que vamos apresentar agora, a partir da análise faz-se necessário reanalisar algumas de nossas colocações teóricas e de autores referenciados em nossa tese, como parte da discussão dos resultados. Propomos organizar a discussão teórica do macro ao micro, refinando nossa percepção sobre as nossas hipóteses de pesquisa.

Os critérios de noticiabilidade presentes e identificados nas notícias a partir de nossa análise são (em ordem de prevalência): Atualidade/Novidade/Factualidade, Interesse, Importância/Relevância, Pertinência, Impacto, Quantidade, Curiosidade/Surpresa, Transgressão a norma, Opinião e Conflito. Dentre os critérios levados como base (na página X), três deles foram modificados ou não puderam ser identificados: Localismo/Proximidade, Exclusividade/Imediatismo/Concorrência e Qualidade Técnica. A ordem de prevalência dos critérios de noticiabilidade é

considerada por nós como um relevante resultado de pesquisa, que afere o grau e o tipo de circulação das notícias na rede.

Há inúmeros prismas de enxergar o jornalismo na perspectiva da rede e sua *evolução/modificação* nesse *contexto/ambiente*. Há perspectivas teóricas que apontam que o jornalismo enfrenta profundas modificações de ordem basal em função do fluxo em rede, das novas plataformas de consumo informacional e da leitura fractal de um novo consumidor. Outras perspectivas ponderam que o jornalismo está acomodando-se gradativamente aos novos moldes de produção e consumo, estando estritamente ligado as novas tecnologias e às suas demandas (visto em Pellanda, Brambilla, Braun, Belochio, Kawamoto, Primo, Träsel, Bradshaw). Por outro lado, lemos alguns estudiosos que pensam que o jornalismo, mesmo diante de tantas interferências externas, mantém sua essência e seus valores bastante fortalecidos e pouco modificados (*status quo*) (visto em Sousa, Rodrigues, Molotch e Lester, Traquina, Galtung e Ruge).

Os nossos resultados de pesquisa, diferentemente do que esperávamos no início de nosso estudo, fazem-nos pensar no jornalismo como um organismo vivo e oxigenado e atento ao seu entorno, estabelecendo trocas constantes, ao mesmo tempo, observamos que preserva sua identidade. Os critérios de noticiabilidade são – diríamos – o DNA do jornalismo, impressos desde seu nascimento como instituição; e, como concebemos os critérios de noticiabilidade como um fator de ordem basal ao jornalismo, tornam-se um preciso aferidor da situação do jornalismo nos distintos períodos da constante modificação do mundo. Os critérios de noticiabilidade são uma das possíveis métricas observacionais do jornalismo. Como poucos, o jornalismo é um campo do conhecimento onde a tensão é uma constante, sendo-lhe exigido flexibilidade e resiliência.

Nossa métrica metodológica e ao mesmo tempo objeto de análise são os critérios de noticiabilidade e, a partir deles, conseguimos ver o jornalismo em *big picture*. É tentador acreditar que novas formas de produção de conteúdo, plataformas e novas formas de leitura e acesso desencadeariam em um novo jornalismo, de essência e estrutura renovada. É necessário cautela sobre determinadas afirmações baseadas na euforia tecnológica e nossos resultados de pesquisa reforçam esta ideia.

A dinâmica da rede promove a circulação informacional de maneira fluida, instantânea e com pouco atrito e, por ser um espaço não dimensionável, aparenta ser um repositório replicador de notícias (*echonews*), dando a sensação de ver noticiada a mesma informação em diferentes *websites* e *sites* de redes sociais; porém, em nosso banco heterogêneo de agências analisadas e as respectivas notícias, a repetição de notícias na mesma e entre as agências foi quase nula. Mesmo com tamanha heterogeneidade, é perceptível o “mapa cultural” presente na decisão dos jornalistas sobre o que é notícia, com base no que foi analisado, as notícias não apresentam nenhuma particularidade capaz de ser referência indicativa sobre uma determinada agência. Ao lermos as notícias, pouca surpresa causou-nos no sentido de fugir do esperado em relação ao seu conteúdo ou formato de apresentação e, de forma geral, entrecruzando as notícias, observamos certa linearidade em sua concepção. De forma similar, Galtung e Ruge observaram, nos idos de 1960, que os *media* noticiosos apresentam-se como entidades indivisíveis e impessoais, no intuito de compreendê-los como um todo único, sem distinção entre agências locais e globais.

Em algumas passagens de nosso estudo teórico, questionamos o determinismo da rede/fluxo sobre o jornalismo, inclusive, pontuando como hipótese de sua modificação, onde a prática jornalística é relacionada fortemente a sua forma (*lugar*) de apresentação, entretanto, a enunciação jornalística é ordenada pela verdade a partir

de regras hierárquicas pré-ordenadas e não necessariamente estabelecidas em função do espaço de fluxo de seu conteúdo. Enfraquece-se a ideia de compreender que o jornalismo está sendo acomodado em diferentes plataformas, ao mesmo tempo em que ainda não observamos uma característica própria do jornalismo na internet – pensado e desenvolvido de forma autônoma e distinta dos meios tradicionais. Indagamo-nos, desde o início desta pesquisa, se um novo denominador comum agia sobre os critérios de noticiabilidade no espectro social de rede, autônomo e de características específicas e próprias e, a partir do que temos como resultado de pesquisa, somos direcionados a pensar que o jornalismo na rede não está modificado neste grau.

Outro fator sensível, e que abordamos, é conceber as notícias como *commodities*, que, por sua vez, sofrem transformações conforme novas demandas de mercado. Estaria dentro destas transformações a lógica de pensar, fazer e distribuir notícias às novas tecnologias de acesso a informação, além da interatividade e proximidade do leitor aos meios de comunicação. O contexto social e de rede mostram-se propícios para tais modificações, porém os resultados não figuram tal realidade.

Essa aproximação entre os leitores e o jornalismo, reflexo da horizontalização da rede, é um aspecto novo e que abre discussão sobre as consequências dessa interferência sobre o jornalismo. Em nenhuma das matérias jornalísticas analisadas, tanto na análise preliminar (qualificação) quanto na pesquisa final, observou-se a presença do leitor na construção das notícias; dedicamos um capítulo inteiro sobre a narrativa paralela, por considerar a importância desse discurso. A forte presença da narrativa paralela, elencando a agenda de informações, não fragiliza o absolutismo da mediação jornalística da forma e intensidade que esperávamos. A percepção de uma

planificação entre o *background* e o *front* (influência da audiência) em um nível que transforme os critérios de noticiabilidade não foi verificada, a qual sugere uma modificação nos fundamentos do jornalismo em função, também, da possibilidade de leituras múltiplas sobre os fatos. Entretanto, não estamos afirmando, aqui, que o jornalismo é um corpo fechado e desatento ao interesse de seus leitores, ao contrário, ao mesmo tempo em que preserva seu capital jornalístico, articula-se em consonância com a audiência e formas e práticas de consumo informacional.

Os aspectos da percepção humana e os contextos sociais em constante transformação (referências externas) exigem do jornalismo manutenção e atualização, assim como os critérios de noticiabilidade são reflexo de julgamentos dos jornalistas e organizações jornalísticas, seria lógico que tais *updates* acarretassem transformações fundamentais ao jornalismo, porém, enquanto instituição, mesmo atualizado, o jornalismo preserva sua estrutura básica como garantia de sua sobrevivência (tendo os critérios de noticiabilidade como principal característica). Por isso, somos levados a crer que as notícias são modificadas com o passar do tempo e das estruturas sociais de cada época, levando em conta as transformações sociais como um todo.

Sublinhamos considerar que as notícias sofrem, sim, influência do sistema cultural no qual são produzidas, no entanto, ele não influiria na ordem matricial da notícia. Destacando os aspectos da gramática cultural e as notícias, ponderamos que o jornalismo organiza-se de uma maneira homogênea, mesmo em ambientes socioculturais bastante distintos. Assim consideradas, as notícias, mesmo sendo contextualizadas por meio de pessoas e circunstâncias diversas, aos leitores que as consomem e à forma e às condições em que são feitas as leituras (acesso/meio), seus preceitos básicos e fundamentos como os critérios de noticiabilidade estariam resguardados de tais interferências. De certa forma, vem ao encontro da ideia de o que

é notícia do outro lado do mundo, o é também em outros pontos do globo, em função de haver uma sociedade global interconectada em praticamente todas as esferas, inclusive, no que se refere aos interesses em comum e às situações que as afetam diretamente (como afirmamos em nosso aporte teórico).

A rede promulgaria do jornalismo uma prática narrativa não linear, tendo como reflexo notícias e critérios de noticiabilidade diversos aos conhecidos e postulados nas teorias do jornalismo, imprimindo a supremacia da forma sobre o conteúdo. Nossa observação sobre as notícias analisadas faz refletir sobre essa impressão da forma sobre o conteúdo, sendo que, mesmo nas hipernotícias, identificamos linearidade tanto na forma, quanto no conteúdo. Confirmada estaria a unidade temporal coletiva e compartilhada que afirmamos, em que os acontecimentos parecem universalizados, além de padronizados e organizados de forma linear. A estrada múltipla de vias de fluxo e acesso informacional (fragmentação), bem como as experiências de consumo individualizadas na rede, não enfraquece o que o jornalismo promove quanto a sensação de coesão social, organizada em função de sua lógica e prática.

Então, observamos que tais experiências fragmentadas de consumo informacional não necessariamente ocasionariam uma quebra paradigmática na estruturação do jornalismo, quando observamos as notícias como parâmetro de análise e seus critérios de noticiabilidade como termômetro aferidor. Mesmo com as potencialidades de personalização do consumo das notícias na perspectiva do jornalismo multidimensional em contexto de rede, dialógico, pouco se observou ter reflexo sobre a estruturação das notícias, diferentemente do que se esperava; idealizávamos que se estaria articulando uma construção narrativa jornalística a partir de critérios específicos à lógica da rede, o que não exclui as qualidades do jornalismo

multidimensional/digital que apontamos como a atualização ininterrupta, construção de notícias sendo feitas sob os olhos da audiência, instantaneidade, personalização do conteúdo, globalização do local, construção colaborativa, áudio, vídeo, texto e voz.

Mesmo a rede sendo um espaço virtual de fluxo de conteúdo facilmente atualizável, notamos, ao longo de nossa observação, que as notícias jornalísticas não são comumente corrigidas sem que o leitor o saiba, garantindo estabilidade e linearidade sobre o que é publicado. As atualizações sobre os fatos não excluem a cobertura e o desdobramento prévio dos fatos, estabelecendo-se um registro contínuo histórico-social por meio das notícias.

O espaço informacional da rede é democratizante e heterogêneo ao observamos, por exemplo, a presença nivelada de agências de notícias tão distantes geograficamente e, também, culturalmente como a Al Jazeera (Qatar) e G1 (Brasil).

É ainda bastante observada a percepção ampla dos anos sessenta e decorrente de uma análise analógica do jornalismo feita por Galtung & Ruge, quando avaliam que os critérios de noticiabilidade são voltados, principalmente, aos acontecimentos relacionados a pessoas e nações de elite, bem como a anormalidade do curso repetitivo da rotina, a marginalidade e os desvio sociais, sendo estes fortes atributos do papel social das notícias. Somaríamos a esta percepção fatores ainda presentes nas notícias analisadas, destacados por Gans, ao considerar a predominância de notícias de serviço, entretanto, o leitor não é poupado de notícias pesadas, plenas de detalhes e imagens fortes e dramáticas, apontamento distinto do apresentado pelo referido autor. Está organizada na rede uma mescla de notícias de entretenimento e *hardnews*, esfumando as fronteiras e bordas entre a notícia factual daquela informação banal e frívola, sendo distribuídas de forma randômica em portais de informação; contudo,

não é o que ocorre nos *sites* de agências de notícias, onde é garantido ao leitor apenas notícias jornalísticas.

A multimídia está na forma de apresentar o texto da notícia, por meio de foto, áudio, vídeo em separado ou em convergência, consolidando a concepção audioverbivisual que abordamos como sendo uma das potencialidades da internet para a construção narrativa do fato jornalístico. A rede é um espaço ideal para a prática da narrativa audioverbivisual, conspirando para além do uso apenas do texto na transmissão de notícias. Considerando a multimídia como um possível fator de alteração ou promoção de mudança sobre as notícias e seus critérios de noticiabilidade, surpreende a prevalência do formato tradicional das notícias em texto e foto e apenas texto. Mesmo se estabelecendo a prevalência do tradicional, quando consideramos o critérios de noticiabilidade em consonância com o jornalismo impresso, é importante considerar a presença do vídeo e texto e vídeo na construção das notícias.

O critério de noticiabilidade qualidade técnica que, em teoria, considera que são critérios relativos ao meio, deve ser atualizado e contemplar as potencialidades da rede e a multimídia, quando um fato passa a ser notícia em função do registro de um vídeo; levando em consideração que os critérios de noticiabilidade foram concebidos a partir do jornalismo impresso, a multimídia aproxima o vídeo da narrativa textual do jornalismo. A agência americana AP, por exemplo, destaca-se por apresentar todos os formatos possíveis ao que tange à multimídia (formato audioverbivisual), inclusive, utilizando o *tweet* como espaço de noticiabilidade e a utilização de infográfico interativo. Mesmo o texto sendo predominante na construção da maioria das notícias analisadas, evidenciando a tradicional linearidade do jornalismo sobre o conteúdo ainda que seja na internet, a agência Al Jazeera faz uso

do vídeo em quase todas as suas notícias. A ideia que nos desperta para tal resultado é que o uso do vídeo legitima o fato e torna um acontecimento sobre guerra, por exemplo, mais crível e de difícil contestação ou manipulação.

Um apontamento sobre a qualidade técnica é necessário, quando, em teoria, é o critério que considera o uso de imagens, ilustrações e parte do conteúdo não verbal da notícia, como atributo valorativo ao acontecimento, tal critério não pode ser aferido a partir de nosso método de análise, sendo que a presença do conteúdo não verbal em si não é garantia de que sua publicação deu-se em função de tais motivações. Entretanto, é bastante provável que o registro de um fato em vídeo agregue valor e torna-se um fator decisivo para a publicação ou não da informação.

Cabe atualizar ao critério de qualidade técnica a narrativa audioverbivisual, contemplando a potencialidade da rede em atender um formato que é relativo a este meio. Mesmo que a narrativa audioverbivisual tenha uma representatividade limitada quando idealizado em um contexto propício à multimídia, o critério de qualidade técnica deve estender-se a esta forma narrativa particular à rede e em plataformas de acesso conectivo à informação. Atribuimos o critério de qualidade técnica em duas notícias, ambas fazem uso de infográficos interativos e têm conteúdo audioverbivisual.

O consumo das notícias em formato audioverbivisual faz parte de um processo de modificação cultural e de reconhecimento do meio. É uma questão cultural, tanto social, quando por parte das organizações jornalísticas em adaptar-se a esta nova linguagem.

A visita do Papa Francisco ao Brasil foi um acontecimento que nos serviu de balizador para o entendimento do critério de proximidade, interessante analisar pelo fluxo heterogêneo de agências como repercute um acontecimento global e bastante

específico tanto pelo interesse (mundo ocidental e católico), quanto sua localização de acontecimento (Brasil). Até que ponto a proximidade no jornalismo atende questões geográficas ou socioculturais e quando redimensionada pelo fluxo da rede e não mais por distâncias geográficas físicas. A proximidade no jornalismo implica uma série de características, dentre elas que suas notícias signifiquem ao leitor significados que promovam proximidade de entendimento.

A ideia do jornalismo localizar a si e seu conteúdo a partir da proximidade é um elemento que o constitui, sendo determinante para estabelecer suas diferenças (entre as organizações jornalísticas) e definir sua base (um ponto de partida para a cobertura jornalística). Associa-se a proximidade o raio de interesse e interferência sobre a vida do leitor, onde o que é mais próximo, em teoria, teria maior influência sobre sua vida, entretanto, nem todas as notícias conferem tal critério como critério de noticiabilidade. A subida do dólar, por exemplo, é algo intangível e sem território definido, mas que afeta diretamente a vida das pessoas já que os alimentos são *commodities* que variam de acordo com a moeda americana, se estabelece, então, o critério de proximidade. E como apontamos, no aporte teórico, a distância geográfica do leitor é um fator que deve ser compensado, levando em consideração o grau de gravidade, singularidade, peculiaridade, etc., do acontecimento.

Retornando à visita do Papa argentino ao Brasil, concebendo como um evento de interesse global, por se tratar da primeira viagem do recém eleito chefe de estado do Vaticano e o primeiro Papa latino-americano, e em absolutamente todas as agências uma ou mais notícias sobre este acontecimento foram dadas; inclusive a agência Al Jazeera em território de religião islâmica noticiou sobre a presença do Papa no Brasil. As agências de notícias são localizáveis geograficamente de acordo com os países onde foram fundadas e, em perspectiva de rede, onde a distância é

suprimida pelo tempo de um clique, o critério de noticiabilidade em questão é redimensionado. Isso torna-se evidente quando relacionamos o país da agência e o local de ocorrência de determinada notícia, onde não é estabelecida uma relação direta e linear. Mesmo que, na maioria das vezes, o país de fundação da agência figure o país mais referenciado nas notícias (em seis das agências), um percentual relevante mostra o contrário, como o caso da Reuters, na qual o Reino Unido tem menção quase nula, o mesmo ocorre com a Aljazeera, onde o Qatar não é mencionado em nenhuma das notícias e Afp, em que a França não aparece igualmente. Analisando as demais localidades, observamos uma grande heterogenia de palcos noticiosos, no mínimo, dez diferentes localidades foram referenciadas nas notícias de cada agência, de modo que vemos organizada uma vizinhança global.

A ideia de Luhmann na qual diz que a relevância local ou proximidade é um critério de noticiabilidade porque, possivelmente, no próprio lugar as pessoas saibam informar-se tão bem que qualquer informação adicional ganharia importância, não parece fazer sentido sob a perspectiva da rede e da vizinhança global. É evidente que a rede (*borderless*) como condutora de notícias está redimensionando o conceito de o que é próximo, assim o que percebemos é que nem tudo que está perto geograficamente do leitor é tão importante quando o que acontece do lado oposto do mundo.

Um fator relacionado à geografia e à proximidade foi a necessidade de consideramos global como uma localidade em nossa análise, isso devendo-se em função de perceber que, em muitas notícias, não era estabelecida uma localidade específica. As notícias de localidade global, em sua maioria, eram relacionadas à economia, astronomia, ciência e saúde e relações internacionais. A notícia sobre astronomia dada pela CNN exemplifica a ausência de uma localidade específica e

não, logicamente, por abordar o espaço sideral em si como acontecimento; a notícia evidenciava algumas movimentações no espaço que teriam reflexos sobre o clima na terra:

## Blow, blow, blow your stars down

By **Meg Urry**, Special to CNN  
July 27, 2013 -- Updated 1743 GMT (0143 HKT)



"Superwind" can strip galaxies of the cold gases used to create stars.

**STORY HIGHLIGHTS**

- Meg Urry: New data have mapped a "superwind" flowing out of a nearby galaxy
- Urry: There is enough mass in the wind to carry away a lot of gas in the galaxy
- She says this suggests an answer to why galaxies today do not have more stars
- Urry: It's because cold gas, which forms stars, is being blown out of galaxies

**Editor's note:** *Meg Urry is the Israel Munson professor of physics and astronomy at Yale University and director of the Yale Center for Astronomy and Astrophysics.*

**(CNN)** -- We know the devastating force of Class 5 hurricanes, which have sustained winds exceeding 156 miles per hour (or 70 meters per second), like Hurricane Katrina.

Now, imagine winds that are 2,000 times faster, stripping a galaxy of its future light and heat. Devastating doesn't begin to describe it.

Data from the new Atacama Large Millimeter Array, a growing array of radio telescopes in the high desert of Chile, have mapped a "superwind" flowing out of a nearby galaxy.

This galaxy, named NGC 253 (because it is the 253rd object in the New General Catalog of galaxies), is a bit like our own Milky Way galaxy in that it has a large disk of cold gas (atoms and molecules of matter) out of which stars are constantly forming.



But NGC 253 is a galaxy on steroids: It is forming stars at

**Figura 10 - Ilustração da localidade Global (CNN)**

A recorrência das localizações diz muito sobre a organização das notícias na rede, a distribuição e a flexão dos acontecimentos nos quatro cantos do mundo é praticamente uma orquestra que segue a mesma partitura, linear e planejada. Como afirmou Tuchmann (1972), o mundo é dividido pelo jornalismo em ares de responsabilidade territorial e isso confere ao jornalismo tanto heterogenia quanto

semelhanças entre as coberturas jornalísticas das diferentes agências. As dez agências de notícias em 24 horas consecutivas cobriram informações de um total de 37 países, de todos os continentes. Com exceção da espanhola EFE, os Estados Unidos foi notícia em todas as demais agências. A agência EFE centraliza suas notícias na Espanha, fortalecendo o critério da proximidade geográfica. O Brasil foi notícia em todas as agências, demarcando o que dissemos anteriormente sobre a orquestra e partitura; o Brasil liderou em menções na agência francesa AFP e seu país de origem não é referenciado em nenhuma notícia.

A rede promove que mais acontecimentos tornem-se eventos globais e fatos extremamente locais também assumam muitas vezes notoriedade global. Por exemplo, o caso de uma criança com uma rara deficiência física de uma pequena cidade da Somália torna-se manchete mundial na internet e é facilmente acolhida pela narrativa paralela, o que impulsiona e dá maior notoriedade para a notícia. Esses resultados mostram a flexibilidade do jornalismo na rede para a cobertura das informações independentemente da proximidade geográfica.

Desde nossa pesquisa de mestrado, onde identificamos o espaço físico do jornal impresso como fator determinante para a publicação ou não de uma notícia, passamos a considerá-lo como um critério de noticiabilidade. O espaço físico do meio é uma variável considerada no jornalismo de maneira constante e, quando olhamos para a rede e sua promessa de fluxo e espaço indeterminados, o critério deve ser repensado. É um critério que não é utilizado isoladamente, porém, uma série de critérios de noticiabilidade pode ser suplantada pela ausência de espaço; no momento em que uma notícia deixa de ser publicada em função da falta de espaço. O contrário igualmente pode ocorrer, quanto mais espaço, a probabilidade de uma notícia ser

veiculada aumenta. A partir de nossa metodologia não é possível detectar se a ausência de espaço ou necessidade de preenchê-lo é considerado na rede, porém, é plausível aceitar que o critério de espaço físico do meio deixa de ser um fator condicionante. Não sendo determinante o espaço, é notório que o caráter *informação/não informação*, referido por Luhmann, não satisfaz por si só no contexto da rede, é necessário, mais que nunca, a classificação das notícias a partir de critérios de noticiabilidade que quantifiquem o valor informativo de um acontecimento.

A rede parece ser o ambiente perfeito para as notícias do tipo *Breaking News*, em função da cobertura *all-time live* das agências de notícias e a possibilidade de publicação imediata e atualizações (desdobramentos) subsequentes, mas o que observamos são notícias de profundidade e pouco voltadas para tal estilo. Esse fator de profundidade das notícias precisou e ampliou nossas possibilidades de identificação dos critérios de noticiabilidade; o *tweet* em formato de manchete (sem link), foi observado em apenas dois casos, por exemplo: @AP: BREAKING: Indianapolis Fire Department says 3 killed when bus overturns on Interstate 465. – SS. Mesmo a partir de pouco conteúdo, os critérios de noticiabilidade podem ser identificados.

Os critérios de noticiabilidade têm seus conceitos teóricos bastante abrangentes e facilmente identificados no teor das notícias; a facilidade em identificar não representa de forma alguma desvalorização ou fragilidade desses vetores jornalísticos. Todavia, nas notícias, os critérios não são tabularmente colocados e observados, sendo necessário um olhar acurado sobre o texto, subtexto e contexto do seu conteúdo. Há, também, invariavelmente a

sobreposição de critérios, quando, em nenhuma das notícias, apenas um critério foi observado isoladamente, ao mesmo tempo em que se nota certa proeminência de um critério sobre os outros (como se tivessem graus de relevância), como pode ser observado nesta matéria da Reuters Brasil, na qual os critérios de transgressão à norma e impacto estão sobrepostos:



The image shows a screenshot of a news article from Reuters Brasil. The article is titled "Sequestrador de mulheres em Cleveland pega prisão perpétua" and is dated "sexta-feira, 26 de julho de 2013 21:22 BRT". The author is Kim Palmer. The article text describes a school bus driver in Cleveland, Ohio, who was convicted of kidnapping and sexual assault on several women. The article mentions that the driver, Ariel Castro, was sentenced to life in prison. The text includes details about the trial, the victims, and the driver's statements. The article is presented in a standard news layout with a sidebar on the left containing navigation links like HOME, NOTÍCIAS, Manchetes, Mundo, Negócios, Esportes, Cultura, Brasil, Internet, ÍNDICES, Produtos e Serviços, Support, and Sobre a Thomson Reuters. The main content area includes a photo of Ariel Castro, a byline, and several paragraphs of text. At the bottom, there are navigation links for "Ver artigo em uma página", "Pagina Anterior", and "Próxima Pagina".

**HOME**  
**NOTÍCIAS**  
Manchetes  
Mundo  
Negócios  
Esportes  
Cultura  
Brasil  
Internet  
**ÍNDICES**  
Produtos e Serviços  
Support  
Sobre a Thomson Reuters

## Sequestrador de mulheres em Cleveland pega prisão perpétua

sexta-feira, 26 de julho de 2013 21:22 BRT

Imprimir | Uma página [-] Texto [+]

Por Kim Palmer

CLEVELAND, 26 Jul (Reuters) - Um ex-motorista de ônibus escolar que manteve três mulheres em cativeiro durante anos em Cleveland, nos Estados Unidos, declarou-se culpado de centenas de acusações de sequestro e estupro, nesta sexta-feira, o que o fez se livrar da pena de morte, mas não da prisão perpétua, sem direito à liberdade condicional.

1 de 1 Versão na íntegra

Em uma audiência no tribunal, os promotores de Ohio concordaram em não pedir a pena de morte para Ariel Castro. Segundo o acordo, ele não será julgado, poupando as mulheres do trauma de testemunhar sobre como foram abusadas por Castro durante cerca de uma década.

As mulheres desapareceram sem deixar vestígios, entre 2002 e 2004, no mesmo bairro onde Castro morava, e foram resgatadas em 6 de maio deste ano, 11 anos após a primeira delas ter desaparecido.

Na audiência desta sexta-feira, Castro, vestido com um macacão prisional laranja, usando óculos e com barba cerrada, falou pela primeira vez em detalhes sobre suas ações. Ele disse que tinha sido vítima de abuso quando criança e lutado contra uma obsessão sexual.

"Meu vício em pornografia e meu problema sexual realmente tomaram conta da minha mente", disse Castro, de 53 anos, ao juiz. "Eu também fui vítima quando criança e isso apenas continuou acontecendo."

Castro não disse que estava arrependido ou expressou remorso por suas ações durante a audiência. Ninguém da família de Castro ou as vítimas compareceram à sessão.

"Ele é uma fraude e um covarde", disse o promotor do Condado Cuyahoga, Tim McGinty, a repórteres após a audiência. "Não se deixem enganar. Ele é um manipulador e não tem nenhum remorso."

McGinty disse que a casa onde as mulheres ficaram confinadas será derrubada usando dinheiro de Castro apreendido pelas autoridades.

**Continuação...**

Ver artigo em uma página Pagina Anterior 1 | 2 Próxima Pagina »

**Figura 11 - Sobreposição dos Critérios de Noticiabilidade (Reuters Brasil)**

As categorias tematizadas propostas metodologicamente foram a ferramenta para a primeira análise, pois observamos as notícias desprendidamente dos critérios

de noticiabilidade, com o intuito de abrir possibilidades para a identificação de possíveis novos ou específicos critérios; porém, nenhum aspecto das categorias tematizadas destacou-se em um resultado de pesquisa, senão a própria evidência do *status quo* jornalístico na rede.

Temos avaliado e descrito no capítulo VII, como resultado de pesquisa, o percentual de prevalência de cada critério de noticiabilidade, critérios teóricos, e organizados por nós como referência de pesquisa. Os demais critérios elencados e não revisitados neste capítulo deve-se pelo seu resguardo conceitual, sendo ainda válidos tal qual foram teoricamente estabelecidos.

Uma análise rasa sobre os critérios de noticiabilidade diria que a natureza de sua conceituação individual é bastante genérica e relativa, quando, por exemplo, o que é importante e causa impacto para uns (territórios, povos, culturas, nações, pessoas, instituições) não tem a mesma representação para outros. Porém, o jornalismo tende a planificar os acontecimentos e, de certa forma, estabelecer referências, a partir do seu conteúdo, sobre o que é importante, de interesse, de impacto, de transgressor, etc. Os critérios de noticiabilidade, assim sendo, tornam-se uma ferramenta de referencialidade avaliativa social, residindo aí mais que uma operacionalização do jornalismo, um balizador social da normalidade e, ao mesmo tempo, garantidor da linearidade dos fundamentos do jornalismo.

## CAPÍTULO IX: REFLEXÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para este último capítulo, queremos sintetizar esta experiência acadêmica resultante em uma tese de doutorado, alicerçada fortemente nas teorias do jornalismo, dedicada sobre os critérios de noticiabilidade e metodologicamente comprometida. Já foi mencionado anteriormente, mas repito o quão perecível são muitos estudos sobre objetos em transformação em todas as áreas do conhecimento. Porém, sua validade é a prova da construção, edificação e evolução do conhecimento científico; assim, vemos nosso estudo como um degrau para novos estudos dedicados aos critérios de noticiabilidade.

Este estudo que é um processo teórico investigativo viabilizou-nos enxergar o jornalismo de uma outra maneira em tempos de encurtamento do tempo e do espaço, de virtualização das relações e negócios, de cruzamento das culturas, de vizinhança globalizada, de sensação de mudanças em fração de segundos, de tempos de refinada tecnologia, terrorismo, cyber-terrorismo, *bullying* e *ciberbullying*. Enfim, em difícil resumo, do contexto de mundo de hoje, como está apresentado o jornalismo dentro e parte de todos esses fatores de interferência. O jornalismo, que é uma das instituições mais antigas da sociedade moderna, constitui-se e organiza-se de forma resiliente, flexível e adaptável.

Existe uma ideia associativa entre os avanços tecnológicos e as modificações na comunicabilidade e modo de produção e distribuição de informações, o que é, de fato, uma coligação pertinente; o estabelecimento da rede aponta e dirige para mudanças importantes no modo como as pessoas e organizações relacionam-se entre si, entre seus pares de interesse, com aparatos de conexão etc. A rede e os meios pelos quais se articula hoje (que será sensivelmente diferente daqui um determinado tempo)

ocasiona *outras* formas de *ser* socialmente, em aspectos que incluem relacionar-se, produzir, consumir, por exemplo. A rede demanda por um fluxo social distinto de outrora, apontando para uma sociedade instantânea, próxima e transparente. Quando nos referimos à transparência, queremos dizer que a rede facilita o acesso informacional de todo tipo a todo tipo de pessoa, é democratizante. A sociedade de hoje e suas necessidades são quem configuram a rede e suas características, como a conhecemos hoje. Trata-se de uma via de mão dupla, a sociedade configura a rede e vice-versa, em proporções e intensidade semelhantes. Encontramo-nos em um contexto social (cultural e tecnológico) de difícil precisão sobre projeções futuras, devendo-se muito em função de sua acelerada e disruptiva movimentação.

A rede estabeleceu uma plataforma global para a autoexpressão e debate público em tempo real, em escala de micro e de comunicação em massa. Acompanhamos um novo paradigma para assistir ao fluxo e ao refluxo das reações humanas sobre o que pensam (o pensar estende-se e legitima-se ao ser compartilhado). Parece um tanto abstrata a ideia de tangibilizar os pensamentos, mas, de certa forma, é o que ocorre com a possibilidade de compartilhar sobre as revoluções do Oriente Médio ou escândalos de celebridades norte-americanas, por exemplo, na velocidade e facilidade características à rede. É como uma nova e outra forma de ser – algorítmica –, de se expressar e estabelecer conexões e que, para fazer parte, é necessário entrar no fluxo.

Se analisarmos bem, nada ficcional foi descrito neste último parágrafo, pode ser que alguns ainda não tenham sido *algoritmizados*, mas a maior parte, sim; pessoas, culturas, organizações, sentimentos, arte, crimes, informações, notícias, são algoritmos. Mas, lembrando que, por detrás de algoritmos intermediados por aparatos

tecnológicos refinados e invisíveis, há essencialmente pessoas e tudo é desenhado por e para elas.

Nossos quatro anos de estudo e pesquisa ampliaram nossos horizontes sobre o jornalismo e a configuração das notícias com o passar do tempo e das mudanças de tempo e espaço, da sociedade e das pessoas. Nossa escolha sobre os critérios de noticiabilidade como teoria central de estudo mostrou-se um precioso aferidor sobre o jornalismo como um todo e recomendável para aqueles que se interessam em pesquisar para esta área, independente do enfoque, a partir deles é possível observar o jornalismo sob um prisma de base e ordem fundamental.

Atingimos nosso objetivo e fomos além de observar quanto à permanência dos critérios de noticiabilidade, algum critério novo ou específico no jornalismo praticado pelas agências de notícias na rede; temos, com nosso estudo, estruturado um mapeamento das notícias e seus critérios na rede, algo que deve ser constantemente verificado sob novos ângulos, circunstâncias sociais e culturais, tecnológicas, temporais e metodológicas.

Exercemos o hábito da leitura atualizada sobre tópicos como jornalismo e notícias na rede, apresentados sob diversos caminhos teóricos e metodológicos, e observamos uma tendência em conceber como notícia e jornalismo todo tipo de informação que circula no fluxo da rede. Para não “escorregarmos”, propusemos a ideia das narrativas paralelas, definição que nos ajuda a qualificar o jornalismo e seus produtos, sem, ao mesmo tempo, desqualificar outro tipo de narrativa informacional. A rede comporta múltiplas narrativas no fluxo informacional e consideramos como de suma importância a distinção entre as falas que ali circulam. Muitas afirmações sobre o campo da comunicação, especialmente no que tange a sua relação com a tecnologia, acessibilidade, usabilidade, produção e consumo (leitura) tornam-se desatualizadas ou

passível de revisitação, releitura e reanálise, com o jornalismo não é diferente. Lemos alguns trabalhos recentes, por exemplo, de 2005, quando iPads ainda não existiam, sendo lançado em 2006 e mudando drasticamente a indústria impressa (jornais e revistas), vemos, assim, um cenário bastante mutante e volátil. As plataformas de distribuição e consumo informacional transformam-se constantemente, onde incluímos os recém lançados Google Glass e Galaxy Gear, aparatos nutridos por conexão e que demandam um fluxo informacional constante e dentro deste fluxo estão, também, o jornalismo e, conseqüentemente, as notícias. É esperado um futuro diferente, inclusive espera-se um jornalismo diferente do que víamos nos anos de 1960 e que vemos hoje, isso devendo-se necessariamente à evolução dos aparatos tecnológicos por onde o jornalismo apresenta-se. Mas será que o jornalismo realmente está rendido as essas transformações, a ponto de modificações paradigmáticas, de preceitos e essência? O jornalismo na rede estaria modificado se comparado dentro do cenário anterior ao que vivemos hoje? Os ufanistas tecnocratas tendem a considerar essas mudanças como o berço de rupturas de ordem basal.

Mesmo com todo o desfavorecimento preditivo sobre o jornalismo, ocasionado pelo cenário social e tecnológico coetâneos, nossos resultados de pesquisa apontam para uma direção que nos parece bastante legítima e distinta da visão dos ufanistas tecnocratas e que surfam na onda da novidade pela novidade. A partir da análise sobre os critérios de noticiabilidade, percebemos um jornalismo linear e fiel aos seus mais básicos preceitos práticos e teóricos. Mesmo em um ambiente de formato audioverbivisual, a rede, a notícia é organizada predominantemente por meio do texto e da imagem, na mesma estruturação linear do jornalismo dito tradicional; o texto em si é igualmente construído e pensado da mesma forma tradicional, sendo este um dos aspectos da linearidade do jornalismo em rede que consideramos. Este foi um

dos aspectos que ajudam, que evidenciam a linearidade do fluxo jornalístico na rede, outro que identificamos foi a ausência da narrativa paralela, sendo este um fator que poderia interferir sobre o jornalismo e seus critérios de noticiabilidade, e, como defendemos em um capítulo específico, a existência e distinção entre as vozes informacionais no fluxo da rede, ratificamos, nem toda informação é notícia, bem como nem todo interagente é jornalista; tal distinção é, para nós, de suma importância. A linearidade do jornalismo (ou o jornalismo tradicional na rede) é notada quando da multinarratividade estabelecida na rede, a narrativa paralela não impacta nem aparece nas notícias analisadas. E, conforme vimos, nem mesmo o ilimitado espaço da rede influencia sobre as notícias, quanto a sua linguagem ou formato e critérios de noticiabilidade. A linearidade que nos referimos apoia-se principalmente por termos identificado os critérios de noticiabilidade, os mesmos teorizados em um tempo tão distinto do atual.

As notícias influenciam a percepção sobre como vemos o mundo e nossa análise sugere uma vizinhança globalizada, onde o que é próximo do leitor nunca esteve tão relativo. A rede ajuda a informação a mover-se depressa e amplia a audiência em escala global, além de ser um *lugar* para todos aqueles que queiram publicar conteúdo. A coligação entre o jornalismo e a rede resulta na possibilidade do registro ininterrupto da memória cotidiana e da história humana.

Como estabelecer um pensamento disruptivo ao jornalismo na rede e esperar algo novo se o mecanismo de exercer o jornalismo ainda é tradicional e permanecem ainda os mesmos critérios de noticiabilidade? Esse questionamento que fazemos não é o mesmo de quando idealizamos e estabelecemos nossas hipóteses de pesquisa, naquele momento, prevíamos um jornalismo com critérios de noticiabilidade distintos daqueles teorizados e praticados no jornalismo tradicional. Os resultados de nossa

pesquisa encontraram um jornalismo bastante fiel aos seus preceitos, prismas e bases, mesmo com a ascendente evolução tecnológica, em especial, as de fluxo e troca informacional. Assim, aceitamos que o jornalismo na rede é, também, jornalismo tradicional, porém, distribuído no ambiente de rede.

Permitimo-nos e sentimos necessidade de pensar sobre o jornalismo para além dos recorte dos resultados que obtivemos e estudamos e, como prisma de análise, os critérios de noticiabilidade. Todas as qualidades do jornalismo são preservadas e estendidas a ele no ambiente de rede, sendo jornalismo independente de onde se espalha, assim a distinção de jornalismo tradicional a qualquer outra nomenclatura pode sugerir uma tendência forçada e rasa de mudança. Toda escolha metodológica implica algumas limitações quanto à ampliação da discussão de determinados assuntos, nosso recorte foi preciso e justo ao nosso objetivo, compreender o fluxo do jornalismo na rede e descortinar quais critérios de noticiabilidade que ali são estabelecidos.

Os critérios de noticiabilidade fazem parte de uma decisão ampla na escolha de uma informação transformar-se em notícia, encoberta de motivações subjetivas políticas, econômicas, culturais, etc. E, já sabemos que não são utilizados por agências e jornalistas de forma tabular, não recorrendo a uma *cartilha* de critérios para trabalhar. Nossa tese propiciou fotografarmos a coreografia das notícias na rede e identificar os critérios de noticiabilidade em um ambiente relativamente novo ao jornalismo, descobrindo, então, que esses critérios são os mesmos ou apresentando pouca diferenciação, especificamente nos critérios de proximidade, qualidade técnica e espaço. Vimos a linearidade do jornalismo na rede pela preservação de seu formato, linguagem e valorização de sua narrativa em um fluxo de múltiplas vozes (narrativa paralela).

A base estabelecida com nossa pesquisa contribui para os estudos sobre o jornalismo e sua especificidade quanto aos critérios de noticiabilidade, tópico ainda pouco explorado em academias nacionais e internacionais, ainda mais nas particularidades do jornalismo no fluxo da rede. O degrau alcançado com a presente tese sobe esclarecimentos sobre os critérios de noticiabilidade na referencialidade da rede, atualizando a teoria posta e fomentando os estudos sobre o jornalismo com o passar do tempo e do espaço.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, Helder. **Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse**. 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>>. Acesso em: 14 de setembro de 2012.

BELL, Allan. News values. In **The language of news media, Language in society** (pp. 155-160). Cambridge, MA: Blackwell, 1991.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), article 11. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 25 de Julho de 2013.

BUSS, Gustavo. Critérios de noticiabilidade: uma releitura frente à nova relação espaço-temporal da sociedade em rede / **Dissertação de Mestrado** – PUCRS; Porto Alegre, 2010.

BELOCHIO, Vivian. Convergência com meios digitais em Zero Hora multiplataforma: a ampliação dos contratos de comunicação a partir da variação dos dispositivos jornalísticos. In PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo em contexto de convergência: implicações da distribuição multiplataforma na ampliação dos contratos de comunicação dos dispositivos de Zero Hora. Tese (Doutorado)** -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2012.

BRADSHAW, Paul. **A model for the 21<sup>st</sup> century newsroom**. 2007. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond>. Acesso em: 12 de abril de 2012.

BRAMBILLA, Ana Maira. Jornalismo colaborativo nas redes sociais: peculiaridades e transformações de um modelo desafiador. In PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. No 13. Porto Alegre: PUCRS, 2005.

BRAUN, Josh. **Rehashing the Gate: News Values, Non-News Spaces, and the Future of Gatekeeping**. 2009. Disponível em: <<http://web.mit.edu/comm-forum/mit6/papers/Braun.pdf>>. Acesso em: 24 de junho de 2012.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**. New York: Peter Lang, 2005.

CAUQUELIN, Anne. Apresentação oral. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Famecos, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DEXTER, Lewis; WHITE, David. **People, Society, and Mass communication**. 1964. Disponível em: <[http://folders.nottingham.edu.cn/staff/zlizrb/2008\\_IC\\_ICT/Resources/White\\_1964.pdf](http://folders.nottingham.edu.cn/staff/zlizrb/2008_IC_ICT/Resources/White_1964.pdf)>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

FONSECA, Virginia; LINDEMANN, Cristiane. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. No 34. Porto Alegre: PUCRS, 2007.

FONSECA, Virginia; VIEIRA, Karina. Crítica genética, um método para o estudo da produção do acontecimento jornalístico. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. V.17, n. 3. Porto Alegre: PUCRS, 2010.

FONTCUBERTA, Mar de. **La notícia**: pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, 1993.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão (SE): Editora UFS; Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari. The Structure of Foreign News. **Journal of Peace Research**, Vol. 2, No. 1 (1965), pp. 64-91. Sage Publications, Ltd. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/423011>>. Acesso em: 27 de abril de 2012.

GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip. Making the news. In H. Tumber (Ed.), **News: A reader** (pp.112-120). New York: Oxford University Press, 1999.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news**: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York: Pantheon Books, 1979.

HACKETT, R. **Decline of a paradigm. Bias and objectivity in new media studies. Critical studies of mass communication**. Volume 1, número 3. Setembro de 1984. Disponível em: <<http://titiesel.files.wordpress.com/2008/09/hackett-robert-a-e2809cdecline-of-a-paradigm.pdf>>. Acesso em: 23 de maio de 2012.

HALL, Stuart. The determinations of news photographs. In S. Cohen & J. Young (Eds.), **The manufacture of news: Social problems, deviance and the mass media**, Communication and society. (pp. 176-190). Beverly Hills: Sage Publications, 1973.

\_\_\_\_\_. Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. The social production of news. In **Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order**, Critical social studies. (pp. 53-77). New York: Macmillan Press, 1978.

HARTLEY, John. Selection and construction. In **Understanding news, Studies in Communication**. (pp. 75-86). New York: Methuen (4th ed., pp. 275-299). Thousand Oaks: Sage Publications, 1982.

HARVEY, Molotch; MARILYN, Lester. News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals. **American Sociological Review**, Vol. 39, No. 1. (Fevereiro, 1974), pp. 101-112. Disponível em: <[http://www.tomfeiling.com/archive/News\\_as\\_purposive\\_behaviour.pdf](http://www.tomfeiling.com/archive/News_as_purposive_behaviour.pdf)>. Acesso em: 24 de julho de 2012.

HERBERT, John. The purpose and meaning of news. In **Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and on-line media** (pp. 59-73). Boston: Focal Press, 2000.

HERMIDA, Alfred. From TV to Twitter: how ambiente News became ambiente journalism. Disponível em: <<http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/220>>. Acesso em: 16 de Julho de 2013. Acesso em: 11 de setembro de 2012.

HILER, John. **Borg Journalism** – we are the blogs. Journalism will be assimilated. Microcontent News, Cambridge-MA, 1º de Abril de 2002. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/106203213/Borg-Journalism-We-Are-the-Blogs-Journalism-Will-Be-Assimilated>>. Acesso em: 4 de Julho de 2013.

HOBBS, Thomas. Leviatan. São Paulo: Abril, 1979. (**Coleção Os Pensadores**).

JAVA, Akshay. Why we Twitter: understanding microblogging usage and communities. **Joint 9th WEBKDD and 1 st SNA-KDD Workshop 07**. 12 de agosto de 2007. San Jose, California, USA.

KATZ, Elihu. Media Events: The Sense of Occasion. Annenberg School for Communication Departmental Papers (**ASC**). 1980. Disponível em: <[http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1271&context=asc\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1271&context=asc_papers)>. Acesso em: 25 de setembro de 2012.

KNEWITZ, Anna Paula; JACKS, Nilda. Reconfigurações nas práticas de leitura de notícias: como convivem o jornalismo impresso e o digital \_ 205 – 223 IN **Jornalismo contemporâneo : figurações, impasses e perspectivas** / Gislene Silva ... et al. organizadores. - Salvador : EDUFBA; Brasília : Compós, 2011. 322 p. : il.

KAWAMOTO, Kevin. Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 1-29). Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MOURA, Catarina. **O jornalismo na era Slashdot**. Universidade da Beira Interior. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moura-catarina-jornalismo-slashdot.pdf>>. Acesso em: 15 de Julho de 2013.

MCGREGOR, Judy. **Restating News values: contemporary criteria for selecting the News**. Disponível em: <<http://www.hss.bond.edu.au/ANZCA/papers/JMcGregorPaper.pdf>, 2002>. Acesso em: 22 de agosto de 2011.

MCQUAIL, Denis. **Media genres and texts**. McQuail's mass communication theory (4th ed., pp. 331-355). Thousand Oaks: Sage Publications, 2000.

\_\_\_\_\_. **The production of media culture**. McQuail's mass communication theory. Thousand Oaks: Sage Publications, 2000.

PAVLIK, John. **Journalism and New Media**. 2001. New York: Columbia University Press. Disponível em <[urlm.in/ofug](http://www.inform.in/ofug)>. Acesso em: 24 de junho de 2012.

PELLANDA, Eduardo. **Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento**. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologia da Informação e da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte/MG, Setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/129419528759418333834670887469995119541.pdf>>. Acesso em: 20 de Julho de 2013.

PRADO, José Luis; BECKER, Beatriz. Do horizonte conservador à democracia da diáspora virtual: modalizações e rupturas no jornalismo. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, do XIX Encontro da **Compós**, na PUCRJ, Rio de Janeiro, 2010.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v.14, p.37-56, 2006. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em: 26 de Julho de 2013.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009, v. , p. 1-269.

\_\_\_\_\_. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previó**. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223.

\_\_\_\_\_. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede**. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 51-70.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. A economia do retweet: Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter. Artigo aceito p/ o **XX Encontro Nacional da Compós**, Porto Alegre: junho de 2011.

RODRIGUES, Adriano. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo, questões e estórias**. Lisboa, Vega, 1993.

\_\_\_\_\_. O Acontecimento. In **Jornalimos, Revista de Comunicação e Linguagens nº 8**, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, Lisboa. 1988.

\_\_\_\_\_. **As novas tecnologias da informação e a experiência**. Universidade Nova de Lisboa. 1998. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-novas-tecnologias.pdf> >. Acesso em: 24 de março de 2012.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en Internet**. Espanha: Eunsa, 2005.

SILVA, Gislene ... et al. **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador : EDUFBA; Brasília : Compós, 2011.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas** / Gislene Silva ... et al. organizadores. - Salvador: EDUFBA; Brasília : Compós, 2011.

SOLOSKI, John. News reporting and professionalism: some constraints on the reporting of the news Media, Culture & Society, April 1989 11: 207-228

SOUSA, Jorge. Construindo uma teoria do jornalismo. **Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação**. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 17 de outubro de 2012.

SCHUDSON, Michael. *A política de forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão*. In: Nelson Traquina ... et al. **Jornalismo: Questões, Teorias e estórias**, 1993, pp.278-29.

\_\_\_\_\_. **The power of news**. Harvard University Press, 1982.

SHOEMAKER, Pamela; REESE, Stephen. *Mediating the Message*. **Theories of Influences on Mass Media Content**. White Plains: Longman, 1996.

TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. **The American Journal of Sociology**, Vol. 77, No. 4 (Jan., 1972), pp. 660-679. The University of Chicago Press. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2776752>>. Acesso em: 30 de agosto de 2012.

TUNSTALL, Jeremy. Introduction. In J. Tunstall (Ed.), **Media sociology: A reader** (pp. 1-38). Chicago: University of Illinois Press, 1970.

TRAQUINA, Nelson. **O Que É Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa : Vega, 1993.

TRÄSEL, Marcelo. Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência coletiva a inteligência artificial. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede**. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 191-210.

VIZEU, Alfredo. O jornalismo e as "teorias intermediárias": Cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da análise do discurso. **Atas do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** [CD-ROM], celebrado em Belo Horizonte. São Paulo: INTERCOM, 2003.

WARNER, M. (1970). Decision-making in network television news. In **Media sociology: A reader**. Jeremy Tunstall. (pp. 158-167). Chicago: University of Illinois Press, 1998.

WATSON, James. The news: Gates, agendas and values. In **Media communication: An introduction to theory and process** (pp. 105-129). Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WOLTON, Dominique. Entrevista a Catherine Mallaval. **Libértacion**. 20/21 de março de 1999. Disponível em: <[www.nettime.org/Lists-Archives/netime-1-9908/msg00118.html](http://www.nettime.org/Lists-Archives/netime-1-9908/msg00118.html)> Acesso em: 02 de maio de 2011.

ZAGO, Gabriela. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede**. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 211-232.

ZAGO, Gabriela; RECUERO, Raquel. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter \_ 243 – 264. In **Jornalismo contemporâneo : figuras, impasses e perspectivas** / Gislene Silva ... et al. organizadores. - Salvador : EDUFBA; Brasília : Compós, 2011.

