



Sobre o Jornalismo e as Notícias¹

Aline Silva Correa Maia²²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora - MG

Resumo

Este artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre jornalismo e notícia. Além de expormos reflexões de pesquisadores sobre os temas propostos, também aduzimos respostas dadas por jornalistas que trabalham em rádio, jornal impresso, televisão e assessoria de comunicação quando questionados sobre **o que é jornalismo e o que é notícia**. Cientes da extensão do assunto propomo-nos, a seguir, a apresentar alguns “modos de ver e conceber” o jornalismo e a notícia, a fim de fomentar no leitor outras perguntas acerca desta atividade tão evocada nas democracias como o “Quarto Poder” e de seu produto.

Palavras-chave: jornalismo; notícia; jornalistas.

Introdução

Atividade intelectual originada e expandida a partir da luta pelos direitos humanos, o jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa, segundo Ciro Marcondes Filho (2000) - apesar de já existirem jornais um século e meio antes. Engendrando valores como razão, verdade e transparência – marcas do espírito moderno – nasceu associado à destituição do poder da Igreja e da Universidade, uma vez que quebrou o monopólio do saber e a exclusividade destas instituições em acessar documentos e realizar pesquisas (MARCONDES FILHO, 2000). Sua consolidação fez emergir características ainda hoje identificadas com sua prática - as notícias, a independência, a exatidão e a noção da atividade como um serviço público - combinando idéias que perfazem sua história - o furo, a aventura, a caça da grande matéria (TRAQUINA, 2004).

Neste contexto, surge o jornalista, no seio da modernidade, figura supostamente revestida de poder e com a missão de procurar, escarafunchar, questionar, revistar todos os cantos a fim de obter a notícia que alimenta o jornalismo. Este profissional, segundo Nelson Traquina (2004), faz parte de um grupo com forte *ethos* sob o qual resguarda o que seria a função de seu trabalho: prestar serviço à sociedade, vigiar os cidadãos como

¹ Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestranda do Curso Comunicação e Sociedade da UFJF, produtora e editora da TV Panorama, afiliada da Rede Globo em Juiz de Fora – MG, e-mail: ninemaia@hotmail.com



um cão de guarda, “jogar” para a comunidade os acontecimentos tal e qual como ocorridos.

Diante de uma constelação de valores criada pelos jornalistas em torno de sua profissão, tais como credibilidade e objetividade, buscamos, neste artigo, refletir sobre **jornalismo** e **notícia** a partir de algumas formulações feitas por estudiosos da área. Reconhecemos a amplitude dos temas, que englobam várias interrogações. E é cientes da extensão do assunto que propomo-nos, a seguir, a apresentar alguns “modos de ver e conceber” o jornalismo e a notícia, a fim de fomentar no leitor outros questionamentos acerca desta atividade tão evocada nas democracias como o “Quarto Poder” e de seu produto.

No Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, a definição de jornalismo é simples: uma “1) atividade profissional da área de Comunicação Social que visa à elaboração de notícias para publicação em jornal, revista, rádio e televisão, etc., acompanhadas ou não de comentários. 2) Os conhecimentos relativos ao jornalismo”. Quisera a simplicidade delimitada na obra de verbetes ser aplicada à prática quando se propõe uma discussão sobre o tema. Nelson Traquina (2004), em um de seus estudos, definiu como impossível responder em algumas linhas, ou mesmo em um livro, o que é jornalismo.

O “fazer jornalístico” que conhecemos hoje tem suas raízes sustentadas no decorrer do século XIX, a partir da eleição de um novo objetivo: disponibilizar informação e não propaganda, como acontecia anteriormente. “Num processo circular entre os membros da “comunidade interpretativa” e a sociedade democrática, o jornalismo foi definido como o preenchimento de certas funções na sociedade, ou, se preferirem, no cumprimento de papéis sociais bem precisos” (TRAQUINA, 2004, p.128). Numa forma poética de entender a profissão, o jornalismo é qualificado, recorrentemente, como um contra-poder envolto em um manto mítico sob o qual os integrantes da tribo jornalística são apresentados como os “Davis” da sociedade vencendo os “Golias”. (TRAQUINA, 2004, p.146).

Nesta revisão bibliográfica, além de expormos algumas reflexões de pesquisadores sobre os temas propostos, também aduziremos respostas dadas por jornalistas que trabalham em rádio, jornal impresso, televisão e assessoria de comunicação quando questionados sobre **o que é jornalismo** e **o que é notícia**, indagações norteadoras deste artigo.



Sobre o Jornalismo

Destituída de formalidade, a atividade jornalística é uma das mais antigas já praticadas. Para Luiz Beltrão (2006), desde os tempos das cavernas o homem já fazia jornalismo. Ao reunir seu grupo para comunicar a aproximação de inimigos ou de uma tempestade ou, ainda, para contar histórias, o indivíduo estava informando, orientando e entretenendo: estava fazendo jornalismo.

Com o tempo, esta prática passou da condição de informal – limitada à curiosidade e ao interesse de uma pessoa ou grupo – para assumir o posto de necessidade social, na medida em que foram ampliadas e diversificadas as coletividades. Aos poucos, a mobilidade dos meios de comunicação foi sendo incrementada, ao ponto que, atualmente,

mesmo com os inúmeros empecilhos que surgiram aos veículos jornalísticos com a tremenda sobrecarga de informações que lhes cabe transmitir, ainda se constituem eles o único recurso de que dispõem o homem (...) para superar as suas deficiências de conhecimento das ocorrências, idéias, situações e opiniões correntes e de cujo domínio depende a sua segurança e bem-estar (BELTRÃO, 2006, p.16).

Da mesma forma que o jornalismo oficializou-se enquanto atividade importante na sociedade, o agente desta tarefa, o jornalista, também deixou de ser um “comunicador informal” para dedicar-se a uma profissão que exige formação específica.

As transformações sociais do pós-guerra; a tomada de consciência profissional dos jornalistas; a concorrência do rádio e, ..., da TV à imprensa, dinamizando o exercício das atividades redacionais e dificultando a aprendizagem para aqueles que nenhuma noção possuem da técnica de colheita e redação de informações; e, sobretudo, a crescente exigência do público por um jornalismo vigoroso e responsável – impuseram a formação profissional técnica e universitária (BELTRÃO, 2006, p.19).

Beltrão exprime que o jornalismo “é antes de tudo, informação, ..., bem entendido, de fatos atuais, correntes, que mereçam o interesse público, socialmente significativos – porque informar sobre fatos passados é fazer história e o jornalismo, como o assinala Rafael Mainar, ‘é a história que passa’” (BELTRÃO, 2006, p.29).

De acordo com o autor, o jornalismo deve não só apresentar um fato mas também interpretá-lo, oferecer soluções quando necessário, estabelecer e fundamentar ensinamentos dele extraídos. Tais fatos devem ainda ser transmitidos periodicamente, a fim de divulgar conhecimentos e servir à opinião pública para, desta forma, promover o bem comum, sendo atualidade, variedade, interpretação, periodicidade, popularidade e promoção características fundamentais ao jornalismo.



Em uma perspectiva semelhante à de Beltrão, Ferdinand Tönnies (2006) sugere uma atividade que atende a funções sociais:

O jornalismo é a pequena mudança da literatura que penetra em todos os cantos dos lares, multiplicando o conhecimento, estimulando o pensamento, repetidamente comunicando verdades, mentiras, autenticidade e falsidades, evocando sentimentos apaixonados, confirmando atitudes, formando opiniões e sustentando conversas (TÖNNIES em MAROCCO e BERGER, 2006, p.112).

Complementarmente, Otto Groth (2006) define o jornalismo como uma obra cultural, resultado de ações humanas e que “determina, sobretudo, a direção do pensamento e da vontade das amplas camadas da sociedade, e não só destas; dele depende, em grande parte, o patrimônio de conhecimento e, por conseguinte, a capacidade de julgamento de todo o povo” (GROTH em MAROCCO e BERGER, 2006, p.184).

Para Nelson Traquina (2004), antes de ser uma forma de expressão, o jornalismo presta-se ao ofício de informar. De acordo com o autor, foi durante o século XIX que o jornalismo desenvolveu-se nas sociedades democráticas e adquiriu os moldes que hoje (re)conhecemos. Foi neste período que as redações começaram a ganhar profissionais que se dedicavam exclusivamente a esta atividade, bem como foi durante esta fase histórica que o jornalismo foi revestido de um novo objetivo: fornecer informação e não opinião. Também foi nesta época que emergiram os ideais da atividade: as notícias, a busca da verdade, a exatidão, a independência do profissional, a objetividade.

De acordo com Traquina (2005), falar sobre jornalismo implica uma vasta gama de indagações, como aquelas referentes ao fazer e à produção jornalísticos. Por conta da abrangência do tema, se não se consegue delimitar o papel do jornalismo, apela-se ao menos para a demarcação da missão do profissional desta área, pois

se os jornalistas não foram capazes de fechar o seu “território” de trabalho, foram capazes de forjar uma forte identidade profissional, isto é, uma resposta bem clara à pergunta “o que é ser jornalista”, parte de toda uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias. (TRAQUINA, 2005, p.36)

Assim como Traquina, Carlos Eduardo Franciscato (2005) também discute a atividade jornalística, bem como os sentidos fundamentais utilizados pelos profissionais do campo para fixar a profissão que exercem em relação a outras práticas sociais. Instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e revelação pública - esta



última principalmente - são características que reverberam a imagem do jornalismo como sentinela da sociedade, pois, de acordo com o autor, o

jornal se tornou um meio de informação, fiscalização e manifestação de questionamentos a respeito de ações da autoridade governamental, alimentando uma quase obsessão por buscar romper a esfera do segredo em que eram envoltos os atos das administrações públicas (FRANCISCATO, 2005, p.162).

Para Franciscato, mudanças na sociedade propiciaram a consolidação do jornalismo, que introduziu novas experiências sociais do presente. Como instituição, a atividade jornalística acabou conquistando legitimidade para reconstruir e apresentar a um público diverso relatos sobre ocorrências cotidianas, cumprindo, assim, um papel social exclusivo e não realizado por outras organizações. Há de se destacar que o jornalismo propõe-se a apresentar discursos sobre a realidade, mas com a cautela de manter a fidelidade entre o relato jornalístico e o fato acontecido.

Nesta perspectiva de narrar o cotidiano, identificam-se valores intrínsecos ao jornalismo e sob os quais se levanta a bandeira da profissão: a procura da verdade, a busca pela notícia a ser publicizada. Mas, “o que é que deve se fazer público”? A questão levantada por Max Weber (2006) visa identificar como os fatos que ganham visibilidade influenciam a sociedade. Para nós, o questionamento do pesquisador alemão introduz a essência da discussão a seguir: o que é notícia?

Sobre o Jornalismo e as Notícias

As notícias são sempre alguma coisa que fará as pessoas conversarem, mesmo se não as fizer agirem (Robert Park, 1955).

Transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo (Ciro Marcondes Filho, 1986).

A visão negativa do mundo criada pelos jornalistas tem as suas raízes nos valores-notícia que os profissionais do campo jornalístico utilizam na seleção dos acontecimentos do mundo real e na construção das histórias que contam sobre a realidade (Nelson Traquina, 2005).

Conceituar notícia, inicialmente, pode parecer uma tarefa óbvia, principalmente aos olhos de quem a produz. No entanto, as reflexões acima expostas, de Robert Park, Ciro Marcondes Filho e Nelson Traquina, pontuam alguns dos vários aspectos envolvidos na definição do tema que agora abordamos.



Segundo Max Weber (2006), dar publicidade a um determinado tema transformando-o em notícia é demonstração de poder: por um lado, evidencia-se o domínio de quem pode fazer esta escolha e, por outro, acentua-se a submissão de quem recebe algo que já passou por uma seleção. De acordo com Weber, um jornal traça seu público a partir do momento que define o que será ou não notícia. Em uma mesma linha de raciocínio, Ferdinand Tönnies expõe que “o leitor típico de jornal quer ler sua própria opinião – e a dos que comungam com ele as mesmas crenças, interesses e afiliação partidária – expressa, esclarecida e confirmada no “seu” jornal como forma de ratificação do que pensa” (TÖNNIES em MAROCCO e BERGER, 2006, p.88). Se assim concebermos, dificultamos ainda mais o caminho para identificação do que é notícia, já que esta que é considerada produto do jornalismo terá diferentes roupagens dependendo do veículo onde constar.

Adelmo Genro Filho (1987) ratifica a complexidade que é a tentativa de conceituar notícia, pois: “para os matutinos é o que aconteceu ontem, para os vespertinos, o fato de hoje. Para as revistas, o acontecimento da semana passada. Para as agências noticiosas, emissoras de rádio e televisão, é o que acabou de ocorrer” (GENRO FILHO, 1987). Certo é, segundo o autor, que as notícias (subjetivas, configurando-se como um recorte sob determinada visão) são fenômenos (estes, os fatos objetivos) reconstruídos e que têm como características básicas o interesse e a atualidade.

Nelson Traquina (1993) escreveu que são creditados às notícias um indício da realidade e a esperança de que os profissionais do campo jornalístico não irão ultrapassar a barreira que separa o real da ficção. Apesar de representarem um índice do real, as notícias são produzidas a partir de narrativas que ficam à escolha única do jornalista, além de serem submetidas à tão conhecida - pelos repórteres - pirâmide invertida, com direito à seleção, exclusão, acentuação ou até mesmo à omissão de informações.

Para falar sobre o que é notícia, Traquina (2005) apresenta os critérios de noticiabilidade, ou seja, características que ao serem identificadas em um fato farão com que ele ganhe visibilidade. Tais qualidades estariam imbricadas nas mentes dos jornalistas que, instintivamente, estão sempre em busca dos adjetivos necessários a um acontecimento para, posteriormente, dar publicidade ao tema. “Os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística que os membros desta comunidade



interpretativa partilham. Servem de “óculos” para ver o mundo” (TRAQUINA, 2005, p.94) e construí-lo. O autor apresenta um mapeamento de valores-notícia dividindo-os em de **seleção** e de **construção**.

Para Wolf, os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento. (...) Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia (TRAQUINA, 2005, p.78).

Os primeiros, de seleção, ainda são reclassificados em **substantivos** - relacionados à maneira de ver do jornalista, ao “faro” para notícias - e **contextuais** - atrelados ao contexto produtivo.

Do primeiro grupo de sub-critérios, os substantivos, fazem parte: a morte, a notoriedade do ator principal de um acontecimento, a proximidade - em termos geográficos e culturais -, a relevância, a novidade, o tempo, a notabilidade, o inesperado, o conflito, a infração e o escândalo, estes últimos estimulam e reforçam o imaginário do jornalista como “cão de guarda”.

Entre os valores-notícia contextuais, Traquina aponta como condicionantes à publicação do fato: a disponibilidade - no que tange à facilidade de cobrir certo acontecimento -; o equilíbrio - que implica em considerar a quantidade de notícias já publicadas sobre certo fato -; a visualidade - ou seja, se há elementos visuais ou não, característica ainda mais considerada ao jornalismo televisivo -; a concorrência - relacionada ao “furo” jornalístico -; e o dia noticioso - já que, de acordo com a demanda da redação no dia, divulgam-se alguns acontecimentos e outros não.

Como valores-notícia de construção, estão: a simplificação; a amplificação; a relevância - relacionada à premissa de que é necessário tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar que tem significado para elas -; a personalização; a dramatização - baseada na ênfase em aspectos mais emocionais e conflituosos dos acontecimentos - e a consonância, partindo da importância de a novidade ser apresentada em um contexto previamente conhecido do receptor.

Se observarmos as manchetes de jornais impressos, televisivos ou de rádios, rapidamente identificaremos características comuns entre as notícias de veículos distintos. Isso evidencia que os critérios de noticiabilidade são claros aos jornalistas,



assim como são ferramentas para tentar garantir e justificar a “objetividade” da profissão.

Apresentadas as bases de apreciação que condicionam a publicação de uma matéria, Traquina alerta que “embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas” (TRAQUINA, 2005, p.93). Ou seja, interesses políticos e econômicos, por exemplo, dos donos das organizações de jornalismo podem interferir na decisão de veicular ou não determinada notícia.

Recorrendo mais uma vez a Max Weber (2006), lembramos que o autor abordou o conflito vivenciado pelo jornalista que se debate “entre que notícias publicar, o que levar ao conhecimento do público e a conquista de clientes, criar leitores, mas, também, divulgar um certo tipo de notícias, de interesse de certo tipo de atores políticos, culturais ou econômicos” (WEBER em MAROCCO e BERGER, 2006, p.32). Assim, a notícia não seria um fato puro e simples emergindo do cotidiano, mas, um relato construído a partir da relação *comunicação x público receptor x anunciantes x empresa de comunicação*.

Para Carlos Eduardo Franciscato (2005), a pergunta sobre “o que é a notícia?” poderia ser substituída pelo questionamento “o que há de novo?”. Segundo o autor, o desejo por “novidades” é perceptível nas sociedades através da história. “O consumo de notícias não era apenas um apetite por um objeto qualquer, mas refletia um desejo de estar informado, um tipo de informação que circulava já pela conversação ou correspondências privadas” (FRANCISCATO, 2005, p.74). A sociedade sempre demonstrou necessidade em ler, ouvir e discutir fatos, de modo que as notícias vão além de recontar algo, mas também solicitam resoluções para as histórias narradas, desencadeando debates e ações entre os públicos.

A novidade, o fato “fresco” ou “mais recente” também são aspectos apresentados por Ferdinand Tönnies (2006) como fundamentais à notícia. Esta, de acordo com o pesquisador alemão, deve despertar o interesse do leitor pelo jornal. Nesta perspectiva, Tönnies entende as notícias políticas e as sobre negócios como aquelas que mais são precedidas de expectativa e recebidas com entusiasmo. Tönnies igualmente ressalta que as notícias são seguidas de discussão e podem formar e afetar opiniões e, neste contexto, há de se observar a possibilidade de uso e de distorção de um fato.



De acordo com Perseu Abramo (2003), é característica do jornalismo brasileiro a manipulação da notícia - no sentido de lidar, tratar, manusear a informação. Em seu texto, Perseu apresenta o que chamou de **padrão específico do jornalismo de televisão e rádio**, quando da argumentação sobre os padrões de manipulação na grande imprensa.

O autor elenca os seguintes: a) padrão de ocultação - referente à ausência ou presença de fatos -, b) padrão de fragmentação - eliminação de fatos definidos como não-jornalísticos -, c) padrão de inversão – exaltação de um ponto mais que outro. Os mais comuns são: da relevância dos aspectos, da forma pelo conteúdo, da versão pelo fato e da opinião pela informação -, d) padrão de indução - re-ordenamento dos fragmentos da realidade, levando à concepção de outra realidade -, e) padrão global.

Para Abramo, o padrão global – terminologia adotada para expressar a noção de algo “redondo”, “total” - divide-se em três momentos ou atos: a exposição do fato, sob ângulos mais emocionais, espetaculares, sensacionalistas; a sociedade fala, referindo-se aos testemunhos dos personagens envolvidos; e a autoridade resolve, suprimindo o mal, evitando conflitos maiores e anunciando soluções a serem tomadas em relação ao acontecimento.

De acordo com Perseu Abramo, a manipulação das notícias provoca, também, a distorção da realidade. O risco do “manejo” da informação concretiza-se quando lembramos que “o mundo real não se divide em fatos jornalísticos e não-jornalísticos, pela primária razão de que as características jornalísticas, quaisquer que elas sejam, não residem no objeto da observação, e sim no sujeito observador e na relação que este estabelece com aquele” (ABRAMO, 2003, p.26). Ainda de acordo com Perseu,

a relação entre a imprensa e a realidade é parecida com aquela entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é a sua imagem; é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real (ABRAMO, 2003, p.24).

O que pensam os integrantes da tribo jornalística

Antes do desfecho de nossa revisão de literatura, apresentaremos definições para **jornalismo** e **notícia** propostos por oito profissionais que atuam em televisão, rádio, jornal impresso e assessoria de comunicação. São jornalistas por formação que tinham, na data da entrevista³, de duas semanas a 12 anos de atividade prática, e ocupavam

³ As entrevistas foram realizadas mediante questionário enviado para o e-mail dos profissionais, no período de 14 a 17 de janeiro de 2008. Participaram da pesquisa sete jornalistas de Juiz de Fora-MG (2 assessores de imprensa, 2 repórteres de jornal impresso, 2 editores-chefe de jornal impresso, 1 produtor de TV) e um de Brasília-DF (roteirista de programa de rádio), escolhidos aleatoriamente.



diferentes cargos, desde pauteiros-produtores a editores-chefe em suas organizações. Os entrevistados responderam a um questionário onde perguntamos: a) O que é jornalismo? b) Qual a função (ou missão) do jornalismo? c) O que é notícia? Todos foram orientados a explicitar o que pensam enquanto “agentes” do fazer jornalístico, sem preocuparem-se com teorias.

Adiantamos ao leitor que, abaixo, apresentamos trechos de algumas das respostas obtidas para cada pergunta. As falas revelam um modo de olhar o jornalismo como uma atividade que cumpre um papel social bem categórico, como propõe Nelson Traquina (2004). Assim, não é de se estranhar que, de uma maneira ou de outra, todos os profissionais entrevistados fizeram referência à disponibilização / divulgação de informações ao apresentarem suas definições. As respostas corroboram para a perspectiva de Luiz Beltrão (2006), que explica o jornalismo como o ato de informar a sociedade sobre fatos correntes, devidamente interpretados.

Ao contrário do que sugeriu Traquina (2004) em um de seus estudos sobre o tema, os jornalistas não responderam prontamente que jornalismo “é a realidade”. Mas, apontaram a profissão como um meio de contar o cotidiano. Um dos entrevistados exacerbou, inclusive, seu entendimento de que o jornalismo trabalha com “versões de um fato”, e não com o fato em si.

Ao falar sobre notícia, os jornalistas sugeriram obviedade ao tema. Tanto que as explicações, em geral, não se estenderam por muitas linhas, resumindo-se à conceituação por “versões de fatos que possam interessar ao público”. Mas, qual é o público? E como saber o que vai interessá-lo? Estes questionamentos nos remetem a Weber (2006), que entende que o público de um jornal é traçado a partir do momento em que se define o que será ou não noticiado. Sobre este aspecto, deixamos demais conclusões a cargo de reflexões posteriores do leitor, a quem sugerimos considerar, também, outros tópicos que apresentamos anteriormente neste artigo. Fato é que algumas das repostas sobre o que é notícia confirmam a presença dos critérios de noticiabilidade na mente dos profissionais, principalmente no que tange à atualidade e ao ineditismo, como veremos adiante.

Destacamos, ainda, que revelamos apenas as falas dos entrevistados, mantendo-os no anonimato por uma questão de ética. Não tencionamos, com esta pesquisa, traçar um roteiro sobre o que **toda a tribo jornalística** pensa sobre sua profissão - até porque sabemos que trabalhamos com uma amostragem muito pequena de profissionais, sem contar que o assunto não se esgota e seria muita pretensão de nossa parte. Objetivamos



apenas obter pistas, indícios, de como os integrantes da comunidade interpretativa de Traquina entendem sua própria atividade, a fim de oferecer mais subsídios para esta reflexão, fomentando nossas discussões e as do leitor.

O que é jornalismo?

“É a atividade profissional que lida com a notícia, com o fato, com a informação. O profissional dessa área é uma espécie de intérprete, que deve "traduzir" dados das mais diversas áreas do conhecimento para o público em geral”.

“Produção e difusão em larga escala de informações (notícias, comentários, crítica) a respeito de fatos verídicos e atuais”.

“Ciência que estuda e desenvolve formas de comunicar às pessoas fatos que acontecem ao seu redor e no mundo, e que podem influenciar suas vidas e idéias”.

“É a arte de mostrar as várias versões de um fato. A verdade, em nossa área, não existe. Existem versões”.

“É a técnica de contar/mostrar a outras pessoas a realidade, o dia-a-dia que nos cerca, histórias comuns, dramas ou alegrias pessoais, acontecimentos que podem entrar ou não para a história. (...) Posso dizer que é a “arte de ‘recontar’ o dia-a-dia””. É claro que, no meio disso tudo, é preciso ética, respeito, interesse, boa vontade, paciência, bom humor. (...) é claro que o jornalismo também é analítico. Há profissionais que se dedicam a escrever matérias em que, além de contar a realidade, fazem a análise dos fatos”.

Qual a função (ou missão) do jornalismo?

“Informar. Sempre de forma clara e eficiente, levando a quem for de interesse matérias e notícias de boa qualidade”.

“A função do jornalismo é tornar as pessoas conscientes do mundo em que elas vivem”.



“A missão do jornalismo é transmitir informação. Informação, não conhecimento”.

“Tentar mostrar os diferentes lados de um fato para que a opinião pública tire suas conclusões e busque meios para tentar melhorar a vida em sociedade”.

“Retratar a realidade, sendo coerente com os princípios de ética, sem esquecer-se da função social que a profissão abriga. A nós, cabe o papel de agente transformador. O conhecimento e a memória são armas...”.

O que é notícia?

“Toda situação ou fato que possa interessar ao público. Esse público vai depender do perfil de cada veículo”.

“Acontecimentos reais, atuais, dotados de novidade ou de ineditismo ou que apresentem algum aspecto inusitado ou capaz de afetar, direta ou indiretamente, a vida das pessoas; ou ainda que digam respeito a pessoas notáveis e que, por tais características, possam despertar o interesse em um grande número de pessoas”.

“Notícia é tudo aquilo que interessa ao público. Notícia é a matéria prima do jornalismo. E cabe ao jornalista definir o que é notícia e veicular esses dados da maneira mais simples e coesa possível, para que o público não só entenda, mas seja também capaz de raciocinar em cima da notícia”.

“É todo fato de interesse público e do Público trabalhado e transmitido de forma clara e mais verdadeira possível, pois, o que o jornalista tem são sempre versões do fato”.

“É o acontecimento divulgado pela versão de um determinado jornalista, ou de um editor”.



“A notícia, hoje, será história amanhã”.

Considerações finais

Diante das concepções acima expostas - sejam as dos pesquisadores ou as dos profissionais de Comunicação - apresentamos nosso entendimento de que é especialmente por meio do jornalismo que obtemos um complexo processo de construção da realidade a partir da percepção e da interpretação de um fato pelo jornalista, figura submissa a uma organização empresarial. Se inicialmente o jornalismo fornecia bases para que as pessoas pudessem formular as próprias opiniões, hoje ele vai interferir na própria estruturação da visão de mundo pelo receptor, pois entendemos que

as notícias são construções, narrativas, ‘estórias’. As notícias são elaboradas com a utilização de padrões industrializados, ou seja, formas específicas que são aplicadas aos acontecimentos, como, por exemplo, a pirâmide invertida. (...) Assim, o jornalismo e os jornalistas podem influenciar não só *sobre o que pensar* mas também *como pensar*⁴. (TRAQUINA, 2004, p.203)

Quando uma notícia é veiculada, dá-se ao fato reportado a condição de existir publicamente, já que este fato era real somente para quem o tinha vivenciado. Sendo que o profissional, o jornalista, ainda tem o poder de definir qual e como o fato será publicizado. “O primeiro poder dos jornalistas é a decisão última de decidir o que é notícia, sabendo que a notícia dá existência pública aos acontecimentos ou à problemática” (TRAQUINA, 2004, p.203).

Consentimos com Franciscato (2005), para quem o produto jornalístico é uma contínua troca entre os distintos interlocutores envolvidos na sua produção e recepção. O texto que contém a notícia a ser veiculada permite a combinação de diferentes pontos de vista, refletindo um processo de recorte e colagem de interpretações do jornalista e também da empresa de comunicação.

De uma forma geral, tem se reforçado a idéia do jornalismo como guardião da sociedade e que tem, por missão primeira, informar aos cidadãos sobre acontecimentos diversos de sua cidade e do mundo. Em artigo publicado no Observatório da Imprensa, o jornalista e pesquisador Eugênio Bucci (2007) é taxativo e reforça esta visão do jornalismo como ferramenta de controle e guarda da sociedade. Para ele, esta atividade tem por função servir ao cidadão e vigiar o poder. Uma vez vivendo sob os princípios

⁴ Grifos do autor.



da Democracia – que tem como fundamento o poder emanado do povo e para este exercido – temos o pressuposto, segundo Bucci, que o livre fluxo de informações e opiniões é necessário para a formação cidadã, para o exercício democrático. Assim, o jornalismo deve garantir a circulação de idéias, expandir o acesso à informação e limitar o poder assegurando a transparência na gestão pública.

Nesta perspectiva, torna-se inquestionável a proposição de que a informação é uma necessidade social, bem como é certo o argumento de que o jornalismo tornou-se imprescindível às relações humanas. Em uma sociedade onde o acesso à realidade ocorre prioritariamente via meios de comunicação,

o jornalismo, como um processo de reconstrução da realidade concreta, é fundamental e indispensável para a vida do homem moderno: para que ele se localize no mundo, em seu país, em sua cidade, situe-se diante do conjunto de circunstâncias que o cerca, organize sua vida a partir do conhecimento do volume de oportunidades que lhe são oferecidas, tome suas decisões e faça suas escolhas a respeito dos assuntos que lhe interesse (GENTILLI, 1995, p.199).

Ao jornalista, cabe a compreensão da relevância de seu trabalho, pois este profissional acaba por exercer o papel tanto de mediador como de representante do próprio povo. É o resultado do seu trabalho que irá conferir visibilidade ao mundo. Sabemos que a proposta do jornalismo é fornecer relatos de acontecimentos julgados significativos e interessantes. Mas, também é certo que os jornalistas – selecionadores e divulgadores dos relatos - não são simples observadores indiferentes dos fatos. São, antes de tudo, colaboradores ativos de um delicado processo de construção da realidade, de forma que “as notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; (...). Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (TRAQUINA, 1993, p.167).

Atividade intelectual sustentada por um pólo ideológico, o jornalismo é demarcado como um serviço público que fornece aos cidadãos – leitores, telespectadores, ouvintes, internautas – a informação de que precisam para viverem e tomarem suas decisões, principalmente as políticas.

Referências bibliográficas

ABRAMO, P. **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BELTRÃO, L. O Jornalismo. In. **Teoria e Prática do Jornalismo**. Adamantina: FAI & Cátedra Unesco, 2006. pp. 13-35.



BUCCI, E. **A missão de servir ao cidadão e vigiar o poder**. Observatório da Imprensa, setembro de 2007.

Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=452IMQ002>

Acesso em: 20 de outubro de 2007

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Versão eletrônica 5.0. Editora Positivo, 2004.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GENRO FILHO, A. **O Segredo da Pirâmide** – para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Tchê, 1987. Disponível em: www.adelmo.com.br/index3.htm

Acesso em 24 de setembro de 2006

GENTILLI, V. **Democracia de Massas: Cidadania e Informação**. Dissertação apresentada à ECA-USP – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: 1995.

MARCONDES FILHO, C. **O Capital da Notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

_____. **Comunicação e jornalismo. A Saga dos Cães Perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MAROCCO, B. BERGER, C. (orgs.). **A Era Glacial do Jornalismo** – Teorias Sociais da Imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006.

TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993. Coleção Comunicação & Linguagens.

_____. **Teorias do Jornalismo** – Volume I Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

_____. **Teorias do Jornalismo** – Volume II A Tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.