

Relendo o “gatekeeper”: notas sobre condicionantes do jornalismo

Sonia Serra/UFBA e FTC*

Resumo

O texto revê abordagens e conceitos clássicos do jornalismo, em especial a noção de “gatekeeper” que marca o início da tradição americana de pesquisa empírica sobre os emissores, com o estudo de David White, em 1950. A primeira parte caracteriza diferentes linhas de pesquisa da sociologia da produção de notícias e aponta as pressões e contra-pressões desse processo, com base em dois eminentes acadêmicos, de orientações distintas: Michael Schudson e James Curran. A segunda parte revê os dados e críticas ao estudo de White, comentando suas motivações e o contexto do jornalismo de sua época. Comenta também uma síntese das teorias das influências sobre o conteúdo midiático. Finalmente, o artigo propõe que se reexamine esses conceitos e abordagens clássicas para a investigação das novas configurações do jornalismo nas redações off-line e on-line.

O que influencia a cobertura jornalística? No Brasil, como em outros países, muitos jornalistas ainda se referem ao seu trabalho cotidiano de pautar acontecimentos e indivíduos; captar e selecionar aspectos da realidade; escrever, editar, ilustrar, titular e justapor notícias e representar temáticas e grupos como uma tarefa natural e não problemática de retratar a realidade. É verdade que jornalistas deparam-se com acontecimentos reais, muitos deles inesperados, e procuram escrever relatos fidedignos sobre esses fatos mas, conflitando com a visão desses profissionais e do senso comum, estudos contemporâneos da comunicação, já há algumas décadas, enfatizam que as notícias não são simplesmente encontradas ou descobertas mas sim, produzidas (Tuchman, 2002: 80). As abordagens para análise dessa produção são, no entanto distintas, embora isso não tenha impedido que se alcançassem alguns resultados semelhantes.

Diferentes abordagens da sociologia do jornalismo

Em 1989, o professor da Universidade da Califórnia, Michael Schudson, publicou um artigo na revista acadêmica britânica, *Media, Culture e Society* sobre a sociologia da produção de notícias que foi depois revisto e atualizado, pelo menos três vezes, para publicação em edições da coletânea *Mass Media and Society*, que a cada cinco anos, mais ou menos, procura refletir o estado do conhecimento na área e de certa forma direcionar as pesquisas no campo.

Embora o artigo não dê conta de todos os modelos e tradições de pesquisa sobre a produção de notícias, e alguns dos seus comentários devam ser alvo de crítica, o trabalho fornece uma útil caracterização de diferentes abordagens sociológicas na tradição anglo-americana que estão, por motivos óbvios, entre as mais influentes. Afirmando que o modelo pioneiro de White, que relaciona o processo de seleção das notícias a critérios subjetivos do jornalista é em última análise “tão confuso quanto sugestivo”, ele passa a analisar a visão da economia política, a visão da organização social da redação, parente da sociologia ocupacional e abordagens “culturoológicas”, influenciadas pela antropologia (Schudson, 1989: 266).

De forma simplificada, pode-se caracterizar a primeira por relacionar a cobertura jornalística à estrutura do Estado e da economia e à organização econômica das organizações jornalísticas. A segunda procura compreender como a cobertura jornalística é conformada pelas demandas organizacionais e ocupacionais. A terceira “ênfata a força constrangedora de tradições culturais e sistemas simbólicos mais

amplos, a despeito da estrutura da organização econômica e das rotinas ocupacionais” (Schudson, 2000: 177).

O texto distingue duas linhas dentro da abordagem da economia política: o modelo do “propaganda framework”, proposto por Edward Herman e Noam Chomsky, nos Estados Unidos, e o da economia política crítica, entre cujos mais conhecidos formuladores estão Peter Golding e Graham Murdock, na Grã Bretanha.

Em seu livro *Manufacturing Consent*, Herman e Chomsky apontam cinco filtros da cobertura jornalística. Em primeiro lugar, questões relacionadas ao tamanho, grau de concentração da propriedade, riqueza dos proprietários e a orientação para o lucro das empresas de comunicação dominantes. Em segundo, o fato de que a publicidade é a principal fonte de recursos dessas empresas. Em terceiro, a dependência dos *media* de informações fornecidas pelo governo, empresários, e especialistas, financiados e aprovados por esses agentes do poder e fontes primárias. Em quarto e quinto, a “artilharia” crítica desses setores como forma de disciplinar os meios e o anti-comunismo prevalecente (Herman e Chomsky, 1988, ver também Serra, 2001).

Como os autores de *Manufacturing Consent*, os estudiosos que adotam a abordagem que denominam como economia política crítica também entendem que as elites governamentais e de negócios têm acesso privilegiado, que os anunciantes podem selecionar que órgãos apoiar e que proprietários podem determinar a linha editorial. Mas, Golding e Murdock criticam o modelo anterior, instrumentalista, afirmando que por focalizarem essas ações estratégicas eles deixam de perceber as contradições no sistema.

Para esses estudiosos é necessário verificar os “modos pelos quais as representações presentes nos produtos da mídia estão relacionadas com as realidades materiais da sua produção e consumo”, com especial atenção para os impactos da desigual distribuição de recursos materiais e simbólicos (Golding e Murdock, 1991:22). Os defensores da economia política crítica entendem que as variações na cobertura estão basicamente relacionadas com diferentes padrões de propriedade e controle dos meios e relações entre o Estado e as organizações midiáticas. Esses autores observam que as notícias são estruturadas a partir de relações prevalecentes entre proprietários dos jornais e editores ou jornalistas e suas fontes mas, procuram enquadrar esses micro contextos na dinâmica econômica mais ampla (Golding e Murdock, 2000).

Nas primeiras edições do artigo, Schudson, que é especialmente crítico em relação à linha da economia política do modelo de propaganda, chamava a atenção para a importância da dimensão cultural das notícias, ressaltando que as explicações culturais não eram redutíveis às causas econômicas, sociais e políticas. Agora acredita que a abordagem que requer especial defesa é a perspectiva social ou socio-organizacional, por considerar que a oposição tradicional entre a perspectiva da economia-política e os estudos culturais “muito frequentemente negligenciaram as realidades sociais específicas que podem ser observadas no local da produção das notícias” (Schudson, 2000:175).

O pesquisador americano concluiu que as perspectivas analisadas têm muitos pontos fortes e em muito contribuíram para o conhecimento acumulado sobre os *media*. No geral, mantém sua crítica de que têm como principais defeitos a falta de preocupação com uma abordagem histórica e comparativa. O mais importante é que o autor reconhece que nenhuma das abordagens, isoladamente, consegue explicar tudo que queremos saber sobre os processos midiáticos e que uma nova sociologia da produção de notícias tem que procurar integrar todas elas.

Oriundo de outro campo, justamente de uma vertente inglesa da economia política, James Curran, também vem analisando criticamente as diferentes perspectivas sobre os condicionantes da produção midiática, e defendendo a necessidade de uma integração entre as diferentes abordagens. Para o pesquisador britânico, não existe um modelo universalmente válido e a produção de notícias depende das pressões e contrapressões a que estão sujeitos os diversos meios, em diferentes configurações sociais, distintos momentos históricos e dependendo do tipo de questão ou interesse em jogo (Curran, 1996). Esse estudioso que é um dos

editores da citada coletânea, analisa de forma sistemática dez condições que levam a mídia a responder aos interesses de grupos poderosos na sociedade as quais, ele argumenta, são contrabalançadas por outras influências, em sentido contrário.

No primeiro caso estão as restrições para entrar no mercado, representadas pelos altos custos de produção de qualquer meio de comunicação de massa. Elas impedem que grupos que não disponham de elevadas somas possam competir no "livre mercado de idéias", baseado na propriedade corporativa da mídia e em processo de crescente concentração. Além dessas, as pressões para atingir um mercado de massa que direcionam a mídia para o convencional e consensual e o peso econômico da demanda dos consumidores que leva à super-representação dos interesses e preocupações dos grupos mais afluentes na sociedade. Esses têm maior poder de consumo e de gerar receitas de anunciantes. A direta censura dos anunciantes é outra pressão.

Outro bloco de influências de cima para baixo inclui as rotinas e valores-notícias. Esses não valorizam os mais fracos e desorganizados. Ao contrário, privilegiam as elites; convenções estéticas, que promovem uma visão moral e individual dos problemas (ao invés de uma visão política e coletiva) - o que dificulta mudanças estruturais; e a divisão desigual de poder e recursos - que faz com que os sistemas de pensamento e imagens predominantes na sociedade sejam influenciados pelos grupos dominantes e ocorram espontaneamente a jornalistas, trabalhando sob pressão do tempo. Por último, a ambivalência do poder do Estado para controlar ou subsidiar a mídia. Esse poder atua geralmente em favor das elites, que têm acesso privilegiado às instituições estatais.

Por outro lado, o autor identifica pressões no sentido oposto, tais como: um poder cultural compensatório, que possibilita que grupos subordinados possam eventualmente mudar atitudes, opiniões e valores através de uma ação coletiva na sociedade ou através da influência política conquistada em processos eleitorais, devido à sua força numérica. Também um poder político compensatório, pela influência nos objetivos, políticas e organização da mídia, através das pressões e campanhas de grupos de interesses sobre os meios comerciais ou sobre o Estado para desenvolver sistemas regulatórios da mídia que garantam, por exemplo, a obrigação de refletir diferentes perspectivas.

Curran destaca ainda, o poder do consumidor, no sentido de que a mídia está atenta aos interesses da audiência, apesar das limitações apontadas acima, entre outras. Também aponta o poder (alternativo) de mercado, exemplificado pelos casos em que grupos subordinados conseguem, apesar de tudo, se fazer ouvir, ao produzirem seus próprios meios de comunicação.

Outras pressões de baixo para cima se relacionam ao poder das fontes, cuja composição pode ser alterada através da eleição de governantes que representem seus interesses ou através da organização em movimentos que conquistem legitimidade e credenciamento perante a mídia. Um outro poder compensatório é o poder dos profissionais da mídia, que podem estar imbuídos de uma concepção do seu papel de serviço público ou identificados com os interesses de grupos subordinados (Curran, 1996).

Releituras do "gatekeeper"

Como citado, uma das primeiras pesquisas empíricas sobre influências no conteúdo jornalístico é a pesquisa de David White, que partindo de analogia proposta pelo psicólogo social Kurt Lewin, representou os jornalistas como porteiros ou vigias das notícias, responsáveis por selecionar dentre a grande quantidade de acontecimentos diários em todo o mundo aqueles que chegarão ao conhecimento dos leitores. Lewin afirmara que na passagem das notícias pelos "canais de comunicação" essas têm que passar por uma série de *gates* e que certos setores dessas guaritas ou funcionam com regras imparciais ou dependem de indivíduos ou grupos com o poder de decisão sobre quais entram ou ficam do lado de fora. Ele sugeriu que ao se analisar

o funcionamento do *gate* se descobriria quais os verdadeiros *gatekeepers* e os fatores que condicionam suas decisões (White, 1993 [1950]).

Visando compreender como um dos *gatekeepers* na cadeia da produção de notícias controlava a sua guarita, White realizou um estudo de caso que não se utilizou de uma abordagem etnográfica, como fariam hoje os pesquisadores na linha do *newsmaking*, mas valeu-se da assistência do editor telegráfico de um jornal não metropolitano, que trabalhava com ele na universidade, e que foi também entrevistado. Esse jornalista tinha então a seu cargo selecionar, a partir da grande quantidade de notícias nacionais e internacionais que chegavam das agências as que apareceriam no limitado espaço da primeira página e como seriam desenvolvidas nas páginas interiores.

Durante uma semana, após realizado o seu trabalho, o editor anotou o motivo da sua rejeição em cada um dos despachos não utilizados, o que correspondia a nove décimos do material recebido, medido em polegadas de coluna. Primeiramente, White classificou as anotações em duas grandes categorias, segundo o motivo da rejeição: 1. pouca importância e 2. já haver selecionado dentre outros relatos do mesmo acontecimento, incluindo o problema da falta de espaço. Posteriormente, White comparou o total de notícias de cada categoria de assunto dentre as recebidas das agências e as efetivamente publicadas no jornal, em um dia da semana escolhida.

Na primeira análise, dentre os 423 despachos recusados na categoria pouco valor noticioso, as razões atribuídas para a rejeição estavam assim distribuídas: 104 “sem interesse” e “sem interesse aqui”; 117 referiam-se a falta de atualidade, ineditismo ou relevância do assunto e 80 eram avaliações sobre estilo da matéria. Essas 301 menções poderiam ser mais facilmente consideradas como julgamentos profissionais. Por outro lado, em 122 casos os motivos apresentados questionavam a validade do conteúdo das matérias ou de suas fontes, incluindo rejeições devido a discordâncias da política econômica do presidente, anti-catolicismo e anti-comunismo. Esses poderiam ser mais facilmente atribuídos a critérios subjetivos e preconceitos, alguns dos quais assumidos pelo editor, durante a entrevista.

As outras 910 explicações indicavam o espaço, o horário recebido, comparações com matérias de outras agências já usadas e critérios geográficos, que também poderiam indicar julgamentos mais burocráticos. Entretanto, nos seus comentários White observou que em relação ao assunto e estilo da escrita “em quase todos os casos onde tinha escolha entre notícias de agências noticiosas concorrentes, o ‘Mr. Gatekeeper’ preferiu os ‘conservadores’” (White, 1993: 149).

A análise de conteúdo realizada, considerando a medida polegada/coluna, no dia selecionado, indicou a seguinte distribuição percentual das sete principais categorias de assunto entre as cópias telegráficas que foram publicadas: interesse humano (23, 2%); política nacional (15,8%); política internacional (13,6%); política estatal (6,8%); agricultura nacional (6,0%); guerra - internacional (5,6%); trabalho (5,5%). Entre as cópias recebidas, a distribuição foi: interesse humano (35,0%); política internacional (15,1%); política nacional (14,5%); trabalho (5,5%); política estatal (4,7%); crime (4,4%); guerra (4,0%). Vale salientar que nas escolhas do editor crime ficou no último lugar dentre as 14 categorias de assunto, ocupando 3,2% do espaço.

Diante desses dados e com base na entrevista, David White (1993: 145) concluiu que a “comunicação de ‘notícias’ é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor, baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*.” Mas, estudos subsequentes contestaram essas conclusões. Seis anos após a publicação de White, e consequentemente após a pesquisa de Breed, comentada abaixo, Gieber realizou um estudo com 16 editores de jornais americanos e encontrou poucas diferenças entre as

seleções feitas entre os diferentes órgãos, embora houvesse diferenças entre as explicações dadas pelos editores para as suas decisões. Sua conclusão foi que os editores “tinham em comum as pressões da rotina burocrática das redações” (Shoemaker e Reese, 1996: 118).

Hirsch (1977, Apud Wolf, 1999:181) fez uma releitura dos dados da pesquisa de White e concluiu que estatisticamente as “normas profissionais superavam as distorções subjetivas”. Esse autor considerou que o editor telegráfico selecionou artigos em proporções muito semelhantes às escolhas feitas pelas agências de notícias e portanto que ele exercia uma escolha pessoal mas, dentro de um formato imposto (Shoemaker e Reese, 1996).

Na linha organizacional, no estudo dos emissores, a partir das décadas de 60 e 70, rompendo com a noção dos gate-keepers, predominou uma visão de que as distorções nas notícias são inconscientes e que a produção das notícias é determinada prioritariamente, não pelas atitudes ou os preconceitos de jornalistas individuais mas pelo seu "contexto social e organizacional" Tuchman (2002: 80). Por outro lado, outros estudos na linha do interacionismo simbólico, como os de Molotch e Lester (1993) chamaram a atenção para as notícias como procedimento intencional, resultantes das estratégias dos jornalistas e promotores de notícias.

A insuficiência da pesquisa de White sobre o “gatekeeper” diante da complexidade das mediações e pressões sobre o jornalismo já foi comentada por diversos autores, não sendo necessário repetir mais detalhes aqui. Entretanto, suas motivações podem não ser tão conhecidas e o contexto intelectual bem como a configuração do jornalismo na época do seu estudo merecem ser lembrados.

Além de estudar com Kurt Lewin, White tinha Wilbur Schramm como seu maior mentor. Mas, antes de se tornar um acadêmico, ele exercera funções de repórter e copy-desk da página editorial e segundo declarou a Stephen Reese (Reese e Ballinger, 2001) o seu famoso estudo sobre Mr. Gates derivou também da sua própria experiência jornalística. Ele conta que o seu chefe no jornal chamou sua atenção para o fato de que uma das colunas que editava estava ficando mais curta e que ele percebeu que subconscientemente ou não, vinha cortando trechos dessa coluna, devido ao fato de que a sua orientação “liberal” tinha afetado sua capacidade de editar objetivamente o material produzido pelo colunista, que era “arqui-conservador”. Também, a comparação da maneira como os mesmos despachos da AP ou da UPI eram publicados, segundo ele com sensíveis diferenças quantitativas e também qualitativas, entre jornais com atitudes editoriais diferentes, o levou a proceder ao estudo com o editor telegráfico.

Warren Breed (1993 [1955]) foi contemporâneo de White e autor do estudo sobre o controle social nas redações, um outro clássico do jornalismo. Ele também contou como foi influenciado pela sua experiência profissional. Breed trabalhava para um jornal de Hearst, que segundo ele era favorável a uma facção republicana, anti-trabalhista, anti-japoneses, anti-minorias e muito patriótico, onde mexicanos e negros eram invisíveis. Ainda de acordo com o relato que forneceu a Reese, no jornal esperava-se que os repórteres seguissem a linha editorial e por exemplo em casos de disputas trabalhistas, favorecessem o lado das empresas.

O estudo de Breed tem sido apontado como um dos precursores dos estudos organizacionais por analisar o contexto da redação. Mas ele também aponta o poder de um gatekeeper central: o proprietário do jornal, que impunha sua linha editorial. Sua premissa básica era a de que normalmente essa linha era seguida pelos jornalistas, embora a maioria dos jornalistas tivessem opiniões mais liberais do que as inerentes à política editorial do proprietário. O seu principal argumento para explicar esse conformismo, desenvolvido a partir de uma análise de entrevistas realizadas com 120 jornalistas, seguindo uma

abordagem funcionalista, foi que dentre os seis principais fatores encontrados, os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores eram os determinantes. Por outro lado, apontou que a possibilidade de se desviar da linha editorial dependia do *status* do jornalista na redação.

Diferentemente dos críticos marxistas, Breed, que seguia o paradigma funcionalista de Merton não propunha a mudança no sistema capitalista e na forma de organização e propriedade dos meios. Sua solução para o problema da distorção das notícias consistia em desenvolver mecanismos de pressão sobre os proprietários, seja através de códigos profissionais, escolas de jornalismo, sindicatos, da crítica pura e da pressão potencial de leitores que então preferiam notícias interessantes e deveriam ser educados.

O contexto citado por esses autores talvez seja mais conhecido através de filmes como *Cidadão Kane*, inspirado em Hearst, um dos poderosos magnatas da imprensa, e a *Montanha dos Sete Abutres*, que mostram jornalistas inescrupulosos que manipulam a realidade. Por outro lado, escritores liberais, anteriores a White, explicavam a seleção das notícias de maneira acrítica, pela visão que os editores tinham do interesse do leitor em acontecimentos inesperados, insólitos e estórias de interesse humano.

Walter Lippmann também trabalhou no jornalismo. Foi editorialista, em um jornal de Pulitzer, concorrente de Hearst. Em um fascinante capítulo sobre a natureza da notícia, em seu famoso livro *Public Opinion*, publicado primeiramente em 1922, ele já apontava a importância das rotinas, dos valores noticiosos, das convenções jornalísticas e do trabalho dos assessores de imprensa na produção das notícias. Sua análise pragmática porém, contestava a crítica dos trabalhadores ou dos “reformadores” que identificavam na cobertura de greves ou do movimento feminista “um deliberado falseamento dos jornais”.

A descoberta de White contrariava tais análises anteriores. Fica então a pergunta: apesar dos dados estatísticos, não era extremamente significativo e digno de destaque teórico o fato de que algumas notícias, seja pelos preconceitos individuais do editor ou de seu conhecimento da linha editorial da sua empresa jornalística, eram de fato barradas, evitando que os leitores daquela comunidade tomassem conhecimento desses fatos e impedindo-se então o acesso de determinadas vozes, por motivos religiosos, políticos ou ideológicos?

Pamela Shoemaker e Stephen Reese (1996) observaram que as investigações científicas sobre o conteúdo jornalístico produzidas pelo menos nos últimos 50 anos, desde os clássicos estudos de White e Breed, geraram uma grande quantidade de dados mas poucos laços teóricos entre eles. Esses autores se propuseram a tarefa de construir uma teoria das influências sobre o conteúdo midiático. Tentaram sistematizar e principalmente relacionar o conhecimento produzido sobre as influências internas e externas. As primeiras, decorrentes do trabalho individual dos jornalistas; das rotinas dos meios e dos papéis e estruturas das organizações midiáticas. As outras envolvendo, de um lado, a relação entre jornalistas e fontes; as pressões de leitores, anunciantes e do mercado; controles governamentais e aspectos tecnológicos, e de outro, os aspectos mais amplos da ideologia, aí incluídos os próprios paradigmas jornalísticos. Procuraram ainda integrar o conhecimento produzido em estudos sobre o conteúdo e estudos sobre os efeitos dos meios.

Shoemaker e Reese admitem que o poder final dentro de uma organização jornalística vem do dono. Entretanto, eles entendem que as diversas influências podem ser hierarquizadas, partindo do nível ideológico, considerado mais abrangente, e de outros fatores em um nível macro, até o nível micro das características dos profissionais jornalistas, de tal forma que cada nível tenha seu raio de influência mas, esteja subordinado e limitado pelo nível superior.

Não é possível comentar aqui o conjunto de premissas, proposições e hipóteses apresentadas como resultado desse esforço teórico de correlacionar as diversas influências sobre a produção de notícias. Essas foram esquematicamente representadas como círculos concêntricos, partindo do nível individual até o nível ideológico. O complexo jogo de pressões e contra-pressões envolvidas no campo jornalístico, para usar a linguagem de Bourdieu, provavelmente sugere uma representação mais dinâmica mas, vale salientar a importância desse trabalho que demonstra que a pesquisa na área de fato já produziu um conhecimento teórico significativo. Aqui interessa resgatar o nível inicial nesse esquema: a influência do papel do jornalista individual.

Estudos realizados no Brasil, utilizando a abordagem do “newsmaking”, também acertadamente apontam que “não se pode entender os critérios de seleção só como uma escolha subjetiva do jornalista” (Pereira Jr., 2000: 118) e concluem pela autonomia relativa do profissional que no “exercício de suas *routines* produtivas está mais para executor de ordens previamente estabelecidas (reuniões de pauta, sistemas de avaliação internos dos jornais, limitação das fontes, imposição de *dead lines*, matérias limitadas por um certo número de linhas que não podem ser ultrapassadas sob pena de serem sumariamente cortadas, enfoques determinados pelos editores, disputa do espaço com matérias de última hora ou com anúncios publicitários etc.) do que para super-herói que controla os deslizes da sociedade” (Adghirni, 1997: 467)

Para os estudiosos que adotam abordagens organizacionais é irrelevante saber quem é o indivíduo jornalista que cobre as notícias já que presume-se que sua socialização nos valores profissionais e rotinas da organização jornalística, às vezes associada a um conformismo com a linha editorial, resultará em uma cobertura bastante similar a de seus colegas. Entretanto, autores como Weaver e Wilhoit (1991) têm encontrado bastante diversidade entre jornalistas trabalhando para organizações similares, tanto no tipo, quanto no tamanho, forma de propriedade e localização geográfica, diversidade que se reflete nos papéis profissionais que assumem.

Mesmo na economia política crítica, estudos empíricos destacaram valores individuais e diferentes papéis de repórteres, para além de questões ligadas à propriedade econômica. A biografia dos jornalistas foi considerada um indicador necessário, embora, por si só, insuficiente para explicar a cobertura jornalística (Golding e Middleton, 1982). Um estudo pioneiro realizado no Brasil na década de 70 (Miranda, 1976), em pleno regime militar, constatou o baixo nível de coincidência de opiniões entre os jornalistas e os empresários e a intenção dos primeiros em procurar manifestar suas próprias opiniões nas matérias. Mesmo em um contexto que considerou de forte intencionalidade ideológica dos empresários, Miranda (1976: 83) concluiu pela: “... presença de uma margem permanente de negociações, muito estreita, é certo, ao se referir a temas e notícias que afetem diretamente os interesses patronais, mas também bastante ampla, mesmo em material de evidente conteúdo político, desde que não sejam obviamente prejudiciais ao interesse empresarial direto”. E acrescentou “não obstante, não se trata somente de soluções negociadas, permissibilidade ou consenso. O jornalista dispõe ainda de armas sutis (...) para modificar o conteúdo a despeito das opiniões patronais, com ou sem a cumplicidade dos superiores imediatos”.

Uma pesquisa que analisou a cobertura jornalística sobre o “exterminio de crianças” brasileiras, também evidenciou a importância de características individuais de jornalistas na produção das notícias (Serra, 1996, 2000, 2002a). O estudo considerou as macro determinações da formação econômico-social, do contexto cultural, do clima político e da formação da agenda internacional. Destacou as relações entre a imprensa nacional e estrangeira, seus diferentes valores noticiosos e as decisivos pressões das fontes,

organizadas em redes de movimentos transnacionais. Mas, constatou variações na cobertura influenciadas, não só pelas diferentes políticas editoriais dos veículos mas, pela atuação de jornalistas individuais e de como esses se relacionaram com as diversas fontes envolvidas.

A biografia desses jornalistas e a concepção do seu papel foram também cruciais. Nas entrevistas com correspondentes estrangeiros e jornalistas brasileiros verificamos certa correlação positiva entre a auto-definição desses profissionais e a mediação exercida, que implicou em processos próprios de seleção e edição, de ênfases e ocultamentos e de enquadramentos diferenciados. Um deles, Tim Lopes, seria alguns anos depois, brutalmente assassinado por traficantes. Além dos constrangimentos organizacionais denunciados, suas declarações, em entrevista concedida à autora, sugerem a importância de suas origens, de sua biografia de jornalista comprometido com as questões dos grupos excluídos e de sua prática do “jornalismo verdade”, na explicação da sua trágica e polêmica morte (Serra, 2002b).

É também verdade que diferentes indivíduos com uma “autonomia licenciada” (Curran, 1990), trabalhando na mesma organização, sujeita às mesmas influências internas e externas podem selecionar diferentes eventos para cobrir e produzir matérias jornalísticas com um enfoque diferenciado. Apesar das críticas e limites da pesquisa de White, a noção de “gatekeeper” permanece uma metáfora influente.

Hipóteses apresentadas por Shoemaker e Reese (1996) sobre as influências individuais, embora simples, parecem guardar valor heurístico. Três apresentam maior relação com comentários desse texto: 1. o *background*, a formação e características pessoais afetam o conteúdo de forma diretamente proporcional ao poder que cada jornalista tenha dentro da organização jornalística e inversamente proporcional à rigidez das rotinas; 2. as características demográficas do jornalista, por exemplo de gênero, preferência sexual, identidade cultural (e acrescento), de classe, afetam o conteúdo de tal forma que o jornalista cobrirá pessoas semelhantes a ele de forma diferente do que cobrirá pessoas pertencentes a outros grupos; 3. a maneira como os jornalistas encaram o seu papel influencia o conteúdo que produzem tanto em termos do que acreditam deva ser selecionado ou omitido quanto na forma como acreditam devam os acontecimentos ou temas ser abordados.

Notas finais

O interesse nos condicionantes da produção jornalística se justifica pelo reconhecimento de que eles iluminam o poder desses meios, reconhecidamente crescente. Estudos etnográficos sobre processos de recepção de produtos midiáticos ajudaram a romper com noções de audiências passivas e efeitos automáticos mas, terminaram contribuindo para uma certa diminuição do foco nas estruturas e práticas das organizações jornalísticas. Entretanto, é novamente crescente a compreensão, como o próprio David Morley (1997:15) reconhece, de que existe uma diferença importante entre "o poder (da audiência) sobre um texto e o poder sobre a agenda na qual esse texto é construído e apresentado". Como ele acrescenta o "poder dos telespectadores de reinterpretar significados é dificilmente equivalente ao poder discursivo das instituições centralizadas da mídia para construir textos que os telespectadores então interpretam".

Pesquisas têm mostrado que a cobertura jornalística é o resultado de relações que envolvem interações pessoais, processos organizacionais e padrões e condições estruturais. Se os dados empíricos em muitos casos demonstram que quantitativamente a influência individual dos jornalistas não tem um maior impacto, o fato de que essa possa provocar alguma influência é qualitativamente relevante. No atual contexto econômico, político e moral, para alguns jornalistas a importância de tantos constrangimentos internos e externos

às organizações jornalísticas têm servido de desculpa para sua alienação na cobertura das notícias.

Por outro lado, do ponto de vista normativo, a visão profissional do jornalista neutro e desinteressado que substituiu o jornalista político de épocas passadas tem sido crescentemente criticada por estudiosos da comunicação e por adeptos de outros modelos de jornalismo, como o jornalismo público, por exemplo. Esses defendem um maior engajamento e comprometimento do jornalista com suas comunidades, o que não significa um retorno ao excessivo partidarismo político anterior, aliás impossível de ser restabelecido nas condições da imprensa comercial atual.

No Brasil, estudos empíricos com abordagens na área da sociologia do jornalismo são relativamente recentes e ainda não tão numerosos quanto na Europa ou Estados Unidos mas, já demandam uma tentativa de consolidação de seus resultados. Estudos clássicos da sociologia americana são ainda às vezes utilizados para explicar o jornalismo brasileiro mas, nem sempre parecem fora de tempo ou lugar, devido ao anacronismo de certas organizações e de seus proprietários.

Entretanto, importantes transformações no jornalismo e na sociedade, provocadas por processos de globalização e pelas novas tecnologias, estão a requerer um repensar das teorias e em especial da sociologia do jornalismo (Serra, 2001b). A noção de *gatekeepers* é uma das primeiras que se impõe à reflexão e investigação empírica.

Será que meios mais interativos, personalizados, sem limites de espaço, e em tempo real, como o jornalismo na web explodem definitivamente essa noção? Ou ao contrário, será que a avalanche de informações disponibilizadas na rede pelos mais diversos promotores de notícias e ao alcance direto dos cidadãos não excluídos da cibercultura torna ainda mais necessário o trabalho de seleção, interpretação e certificação de fontes?

Os sites pessoais de jornalistas, livres dos controles sociais das redações e submetidos a diferentes rotinas, implicam em maior ou menor distorção das notícias? Será que sem a legitimação das organizações jornalísticas esses blogs merecerão a confiança dos cibernautas? Até que ponto uma maior possibilidade de interação das audiências com os jornalistas tem representado um aumento da sua relativa influência sobre a agenda jornalística e modificado rotinas?

Como essas novas rotinas têm alterado as relações dos diferentes jornalistas com as fontes? Será que a Internet, que possibilita que os editores internacionais das agências de notícias acessem diretamente fontes e jornais locais, transformará os correspondentes estrangeiros em "dinossauros", como previu um desses profissionais, em entrevista à autora ?

Algumas dessas, além de várias outras questões já começaram a ser investigadas mas, ainda há muitas dúvidas e espaço para pesquisas sobre o impacto dessas novas configurações nas redações tradicionais off-line e os novos contextos, papéis e influências sobre o jornalismo nas redações on-line. Para a compreensão desses novos meios e profissionais, a apropriação das distintas abordagens da sociologia da produção de notícias e de suas possibilidades de convergência, bem como a revisão crítica dos conceitos clássicos do jornalismo podem ser elementos importantes, ao lado da construção de novos paradigmas.

Referências bibliográficas

- ADGHIRNI, Z. Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLAUD, M. e PORTO, S.D. (Org.) *O Jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.p. 449-468.
- BREED, W. Controle social na redação. Uma análise funcional. p.152-156. In TRAQUINA, N. (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993
- CURRAN, J. Culturalist perspectives of news organizations: a reappraisal and a case study. In: FERGUSON, M. (Org.) *Public Communication*. Londres: Sage, 1990, p.114-134.
- _____. Rethinking mass communication. In: CURRAN, J., MORLEY, D. WALKERDINE, V. *Cultural Studies and Communication*, 1996. p.119-165.

- GOLDING, P. e MIDDLETON, S. *Images of Welfare*. Oxford: Martin Robertson, 1982.
- GOLDING, P. e MURDOCK, G. Culture, Communications and Political Economy. In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M. (Orgs.) *Mass Media and Society*. Londres: Arnold, 1991. p. 15-32.
- _____. Culture, Communications and Political Economy. In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*. Londres: Arnold, 2000. p.70-92.
- HERMAN, E.S. e CHOMSKY, N. *Manufacturing Consent: the political economy of the mass media*. Nova Iorque: Pantheon Books, 1988.
- MIRANDA, O. *Tio Patinhas e os Mitos da Comunicação*. São Paulo: Summus, 1976.
- MOLOTCH, H. e LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos: In TRAQUINA, N. (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 34-51.
- MORLEY, D. Theoretical Orthodoxies: Textualism, Constructivism and the 'New Ethnography' in Cultural Studies. In: FERGUSON, M e GOLDING, P. (Org.) *Cultural Studies in Question*. Londres: Sage, 1997, p. 121-138.
- PEREIRA JR. A E.V. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. EDIPUCRS: Porto Alegre, 2001.
- REESE, S.D. e BALLINGER, J. The roots of a sociology of news: remembering Mr. Gates and social control in the newsroom. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. v. 78, n. 4, 2001, p.641-658.
- SCHUDSON, M. The sociology of news production. *Media, Culture, and Society*. v.11, n. 3, jul. 1989, p. 263-282.
- _____. The sociology of news production revisited (again). In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M (Orgs.). *Mass Media and Society*. Londres: Arnold, 2000. p.175-200.
- SERRA, S. Multinationals of Solidarity: international civil society and the killing of street children in Brazil. In: BRAMAN, S. e SREBERNY-MOHAMMADI, (Orgs.) *A Globalization, Communication and Transnational Civil Society*. Cresskill: Hampton Press, 1996, p. 219-241.
- _____. The killing of Brazilian street children and the rise of the international public sphere. In: CURRAN, J. (Org.) *Media Organisations in Society*. Londres e Nova Iorque: Arnold. p. 151-172, 2000.
- _____. A globalização da mídia e da cidadania e a esfera pública internacional. *Comunicação e Sociedade*. n. 3. Braga, Universidade do Minho, 2001, p. 115-140.
- _____. A produção de notícias e a esfera pública internacional. In: FAUSTO NETO, A et alli (Orgs.) *Práticas Midiáticas e Espaço Público*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. p. 83-112.
- _____. Comunicando a violência contra crianças brasileiras: dos protestos locais às denúncias em redes transnacionais. In: PERUZZO, C.K., COGO, D. KAPLUN, D. (Orgs.) *Comunicación y Movimientos Populares: cuales redes?* São Leopoldo/La Habana/Montevidéu: Unisinos/Centro Memorial Dr.Martin Luther King Jr./Universidad de la Republica, 2002. p. 33-49.
- _____. Produzindo notícias sobre a violência contra crianças e adolescentes: jornalismo, ONGs e cidadania no espaço público. Comunicação apresentada no IX POSCOM- XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM e UNEB, Salvador, Set. 2002.
- SHOEMAKER, P. e REESE, S. D. *Theories of Influence on Mass Media Content*. Austin: Longman, 1996.
- TUCHMAN, G. The production of News. In: JENSEN, K.B. *A Handbook of Media and Communication Research*. (Org.) Londres e Nova Iorque, 2002. p.78-90.
- WEAVER, D. H. e WILHOIT, G.C. *The American Journalist: A portrait of U.S. News People and their Work*. Bloomington: Indiana University Press, 1991.
- WHITE, D. M. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Veja, 1993. p.142-151.
- WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. 5.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

* A pesquisa referida no texto foi financiada pelo CNPq.

Sonia Serra (sonserra@terra.com.br) é PhD em Mídia e Comunicações pela University of London, é professora aposentada participante especial do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da UFBA e professora da Faculdade de Tecnologia e Ciências (FTC).