

Noticiabilidade, Enquadramento e Cultura Jornalística: uma discussão teórica

Paula Reis Melo¹

Resumo: *O artigo faz uma reflexão teórica sobre o enquadramento na cultura jornalística e no processo de noticiabilidade. Adota a perspectiva do jornalismo como construção do real. A notícia faz referência à realidade através da produção de sentido, processo em que os acontecimentos são construídos de acordo com os interesses dos jornalistas que estão "mergulhados" num modo particular de capturar e dar inteligibilidade ao real. Essa visão é entendida como enquadramento, ou seja, uma dimensão presente na cultura jornalística e que permeia toda a produção noticiosa. A problematização teórica contribui para des-naturalizar essa dimensão tão presente na rotina produtiva.*

Palavras-Chave: *Enquadramento; noticiabilidade; jornalismo; cultura jornalística; notícia.*

Introdução

O enquadramento é uma noção importante para os estudos de jornalismo, uma vez que, sendo imanente a toda produção discursiva e, sendo o campo midiático considerado espaço público da contemporaneidade, é alvo da disputa pela produção de sentido entre os diversos campos. Existem variados usos da noção de enquadramento, não há uma definição consensual a respeito para os estudos sobre a mídia, como ressalta Mauro Porto (2004, p. 77). Duas características são concomitantes: uma abrangente, que possibilita a interpretação geral acerca do mundo, e outra específica, que se materializa na cultura profissional, permeando a produção mediática (noticiosa), isto é, na seleção, hierarquização e semantização dos acontecimentos.

O conceito fundador é do sociólogo Erving Goffman, que a partir de estudos das interações sociais, define os enquadramentos como "os princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nestes eventos" (apud PORTO, 2004, p. 78). Esses princípios são construídos socialmente

1 Professora da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Ciências da Comunicação, na área de concentração Processos Midiáticos, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS - com doutorado sanduíche na Universidade Nova de Lisboa.

e servem como marcos gerais de interpretação para as pessoas poderem agir nas situações de interação social. Cada sociedade constrói os marcos que guiam suas relações sociais tornando-se orientações introjetadas no indivíduo ao longo da socialização. Na vida cotidiana, os indivíduos enquadram a realidade para poderem agir e compreender, a partir de repertórios de cognição e ação.

Em relação à produção noticiosa, os enquadramentos servem para organizar o mundo tanto para jornalistas quanto para os usuários da mídia. Todd Gitlin afirma que os “enquadramentos da mídia são persistentes padrões de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos rotineiramente organizam o discurso tanto verbal quanto visual” (1980, p.7). Os enquadramentos possibilitam aos jornalistas processarem grande quantidade de informação, identificá-la e transformá-la em notícias.

Uma boa maneira de se compreender a noção de enquadramento é a distinção que Maurice Mouillaud faz entre experiência e acontecimento. A experiência “não é reprodutível”, afirma o autor, “está ligada a um local, a um ponto do espaço e a um momento do tempo. Já o acontecimento é móvel. Veiculado pela informação sob a forma de despacho de agência, deve ser solto de suas amarras” (2002, p. 61). O acontecimento é um fragmento de uma totalidade, isto é, um recorte, uma focalização, como a moldura é para o quadro. Esta metáfora contribui para explicar o enquadramento. Nas palavras do autor:

A moldura, isolando um fragmento da experiência, separa-o de seu contexto e permite sua conservação e seu transporte. Enquanto que a ação, no campo, perde sua identidade e metamorfoseia-se em efeitos que a tornam irreconhecível, a informação conserva sua identidade ao longo de seus deslocamentos; eis aí uma propriedade fundamental do enquadramento (MOUILLAUD, 2002, p. 61).

A despeito de não se referir explicitamente a enquadramento, Robert Darnton também dá pistas para se pensar o mesmo como uma “elaboração prévia” da notícia. O autor afirma que “[...] a redação de notícias é fortemente influenciada por estereótipos e concepções prévias sobre o que deve ser ‘a matéria’. Sem categorias preestabelecidas do que constitui a notícia, é impossível classificar a experiência” (1990, p. 92).

De acordo com Nelson Traquina (2000, p. 28), “aplicado no estudo das notícias, o enquadramento é um dispositivo interpretativo que estabelece os princípios de seleção e os códigos de ênfase na elaboração da notícia”. Sendo quase totalmente implícitos, afirma o autor, os enquadramentos parecem ser “atributos naturais das ocorrências que o jornalista se limita a transmitir” (2000, p. 29).

Tendo visto o conceito de enquadramento, torna-se necessário refletir teoricamente como uma dimensão presente em todo o processo de noticiabilidade.

Noticiabilidade e Cultura Jornalística

Diversos fatores concorrem para que um acontecimento se torne notícia. A noticiabilidade depende não só de fatores internos à redação, mas também de fatores externos. Esta divisão é uma proposta teórica para fins de problematização, pois, na prática, ambos os conjuntos de fatores se encontram imbricados na cultura profissional jornalística e na organização do processo da produção noticiosa. São ativados concomitantemente durante toda a rotina produtiva de tal modo que a notícia cumpra a trama da factibilidade.

No primeiro conjunto dos fatores, aqueles internos à redação, as rotinas produtivas levam em conta os seguintes elementos: os valores-notícia; a urgência (ou não) da publicação; a operacionalidade (disponibilidade de recursos humanos, financeiros, materiais e de tempo); e até a competição com outros acontecimentos no próprio espaço do jornal ou telejornal. No segundo, estão a concorrência no *mercado noticioso*; o público; os anunciantes; a relação com os outros campos, principalmente com o político; e a relação com as fontes de informação. Todos estes fatores implicados na sua prática mostram que o campo jornalístico apresenta uma “autonomia relativa”.

O agendamento midiático é um processo complexo, em que ao constituir um olhar específico na captura de acontecimentos, o campo jornalístico, a despeito de sua autonomia e legitimidade, sofre constrangimentos de diversas ordens no seu fazer, pois não está alheio à realidade social e sim em relação direta com esta.

Gaye Tuchman (1983) assinala que o fazer jornalístico descontextualiza os acontecimentos para depois recontextualizá-los. Ao apresentar as notícias, um jornal/telejornal elenca diversos assuntos sob a mesma categoria: a da inquietude. “A categoria comum”, explica Tuchman, “implica que cada acontecimento está governado por regras ou normas pertencentes à desordem e ao conflito social” (1983, p. 218). Todos os fatos são classificados pela perturbação. A noticiabilidade, portanto, diz respeito à dinâmica social complexa que constitui um modo específico de ver e de organizar os processos pelo campo jornalístico, e que é reconhecido e legitimado pela sociedade que participa ativamente do processo.

Enquanto prática jornalística, a noticiabilidade pode ser entendida como um “conjunto de critérios, operações e instrumentos” com os quais o campo jornalístico seleciona diariamente uma quantidade finita de acontecimentos dentre um número infinito de fatos que ocorrem no mundo. Como afirma Mauro Wolf: “a

noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de estandardização das práticas produtivas: equivale a introduzir práticas produtivas estáveis numa 'matéria-prima' [...] que é por natureza, extremamente variável e impossível de predizer" (1999, p. 190). É a estrutura organizacional que permite que diversas notícias sejam produzidas simultaneamente como forma de garantir a preparação das notícias com a maior produtividade possível.

Como uma atividade em que o tempo é um dos maiores condicionantes, a rotina jornalística se caracteriza pela economia de ações. Barros Filho e Martino explicam que "o ritmo alucinado dessa produção permite e enseja a rápida definição de um repertório de possibilidades que, nunca sendo absolutamente rígido, favorece a reprodução, nem sempre percebida, de um saber prático aparentemente eficaz" (2003, p. 111). Ao repetir as mesmas atividades, o jornalista adquire uma rotina caracterizada pela prática e pela tensão. Giddens esclarece que "a rotina é psicologicamente relaxante, mas num sentido importante, ela não é algo a respeito do qual se possa estar relaxado" (1991, p. 101).

O jornalista aprende a perceber o valor e a hierarquização de um fato levando em consideração os outros fatos, tais como, a concorrência, o tipo de veículo e as limitações que possam surgir. Barros Filho e Martino afirmam que este aprendizado se torna ausente de reflexão:

A repetição diária, inerente a uma certa produção jornalística e, em menor grau, a semanal, enseja ou talvez force, a inculcação de associações entre fato e notícia que se naturalizam, se enrijecem, se cristalizam. Aprendizado *sui generis* porque dispensa reflexão. Como o olfato, dando razão ao jornalista (BARROS FILHO; MARTINO, 2003, p. 141).

Giddens corrobora com a ideia da falta de reflexão na rotina afirmando que "a continuidade das rotinas da vida diária só é conseguida através da vigilância constante das partes envolvidas – embora isto seja quase sempre realizado por uma consciência prática" (1991, p. 101).

Dentre os componentes da noticiabilidade e também facilitando a rotinização da produção, os valores-notícia servem de "peneira" no processo de seleção, desde a pauta até o produto final. São qualidades dos acontecimentos discerníveis pelos jornalistas e, quanto mais aparecem, maior a probabilidade de serem noticiados. Constituem referenciais claros e compartilhados quanto à natureza do objeto que pode ser notícia facilitando a rápida apreensão na elaboração do jornal (GOLDING; ELLIOTT apud WOLF, 1999, p. 196).

A lista dos valores-notícias é de fácil assimilação e a escolha dos fatos, como assinala Adriano Rodrigues, pressupõe um conjunto de valores coletivamente

compartilhados, isto é, normas universalmente aceitas, que de outra forma não seria possível que a narração produzisse sentido (1999, p. 32).

Alguns critérios se referem ao conteúdo e outros à operacionalização. No primeiro grupo, estão as seguintes características: imprevisibilidade, impacto, proximidade, interesse público, fama, curiosidade, significância e/ou representatividade. No segundo grupo, os critérios estão relacionados com a frequência e a clareza. Johan Galtung e Mari Ruge afirmam que quanto mais similar for a frequência do evento com a frequência de publicação do meio (jornal, telejornal etc.) e quanto menos ambíguo for, maior é a probabilidade de o mesmo ser transformado em notícia (1988, p. 53-54).

Neste sentido, os critérios de noticiabilidade se constituem parte do conhecimento adquirido através do qual se “economiza” o trabalho de seleção dentre um leque infinito de assuntos “soltos” no mundo. Correia afirma que “os valores-notícia refletem critérios de seleção do inesperado que é sempre o negativo do que é tido por adquirido” (2000, p. 1), daí que a tendência das instituições jornalísticas é abordar o que está “fora do lugar”: o desvio, o equívoco e o imprevisível (CORREIA, 2000, p. 1-2).

O resultado é que ao mesmo tempo em que o jornalismo busca captar o imprevisível, o campo acaba contribuindo para “rotinizar” a própria dinâmica social, através do enquadramento em “acontecimentos-tipo” em que as normas de seleção resultam de um esquematismo pré-determinado para poder captar os fatos que acontecem de forma “aleatória” na sociedade (CORREIA, 2000, p. 2). Assim, os acontecimentos-tipo tornam-se o modo de espera do imprevisível.

Entretanto, tais critérios complementam uma avaliação complexa em que aqueles múltiplos fatores estão imbricados, como diz Tuchman: as noções de noticiabilidade recebem definições em cada momento (idem, p. 197). Isto é fundamental para compreendermos o processo de produção noticiosa, que é, por natureza, dinâmico, tenso e, por que não dizer, imprevisível quanto ao resultado narrativo.

Por serem os acontecimentos determinados culturalmente, os valores-notícia mudam no tempo conforme a dinâmica social. Assuntos que anteriormente não eram tratados pela mídia, hoje são notícia e, em alguns casos, demandam espaço específico, a exemplo da seção “ciência/meio ambiente”. Esta mudança se relaciona diretamente com as novas áreas de interesse da sociedade e, em consequência, pela atuação crescente dos respectivos grupos organizados que, diante da necessidade de darem visibilidade as suas causas provocam o campo jornalístico a se debruçar sobre eles. O resultado disso é que se convertem em fontes de informação.

Assim, a seleção das informações e o modo de serem apresentadas refletem os enquadramentos mais consensuais da sociedade. João Carlos Correia afirma que “a linguagem jornalística tende a reproduzir o que é socialmente aceitável e previsível” (2004, p. 167). A linguagem jornalística compartilha da percepção do senso comum, enfatizando o que é socialmente aceito e produzindo discursos de acordo com os estereótipos existentes na sociedade. Correia assinala que as instituições noticiosas tendem a captar o que está “fora do lugar”: o desvio, o equívoco e o imprevisível (idem, p. 167).

A máxima “no news, good news” reflete esta tendência que remete ao caráter “negativo” da notícia. McCombs (2001) avalia que a definição de notícia está relacionada com um problema, com algo que chama a atenção do governo, da polícia: “isto determina que notícia seja sinônimo de má notícia e que não-notícia signifique boa notícia, que nada terrível aconteceu”. Há razões operacionais e culturais para isso. De acordo com Johan Galtung e Mari Ruge (1988), as notícias negativas atendem melhor ao critério de frequência. Em geral, o que é positivo dura mais tempo para se completar. Os autores dão exemplos de comparação entre o tempo necessário para uma pessoa crescer e se tornar adulta e o tempo necessário para levá-la à morte num acidente; ou o tempo necessário para se construir uma casa e para que um incêndio a destrua. Um evento negativo pode se completar mais facilmente entre duas edições de jornal, além de ser mais facilmente consensual e inequívoco em termos de concordância quanto à interpretação acerca do mesmo. Já o evento positivo pode sê-lo para algumas pessoas e, para outras, não. O que dificulta atender ao critério de clareza na produção jornalística (1988, p. 58).

A outra razão diz respeito diretamente a questões culturais. Segundo Galtung e Ruge, as notícias negativas são mais inesperadas que as positivas, tanto no sentido de que os eventos a que se referem são mais raros como no sentido de que são menos previsíveis. Dizem os autores: “Isto pressupõe uma cultura na qual mudanças para o positivo, em outras palavras ‘progresso’, são vistas de algum modo como coisas normais e triviais que podem não ser notícia porque não representam nada de novo” (1988, p. 59). A cultura profissional por vezes se parece com a máxima “quanto pior, melhor”, no sentido de que os jornalistas avaliam a boa qualidade de um jornal pelas notícias “quentes” que, em geral, são negativas.

Como se vê, enquadramento da mídia está relacionado a questões operacionais e culturais. Como os jornais procuram escrever para o maior número de leitores possível, o que exige uma forma que seja compreendida e assimilada independentemente das opções políticas daqueles, o jornalismo produz o sentido de

acordo com o campo cultural dos leitores, trabalhando com a percepção mais óbvia e evidente do que deve ser destacado. É inerente ao discurso jornalístico reproduzir as ideias tidas como “naturais”. Correia afirma que “a novidade assegura, pela negativa, através do seu caráter excepcional, a permanência das grandes regularidades” (2004, p. 168; 189).

O autor assinala que o jornalismo pressupõe a existência de um conhecimento prévio sobre o que é a norma e o que é o desvio na sociedade. Assim, descreve o jornalista como sendo um profissional de atitude natural, “no sentido que a fenomenologia social dava ao termo, ou seja, uma atitude perante o mundo caracterizada por um interesse eminentemente prático, e pela fé na realidade e na permanência do mundo percebido” (SCHUTZ apud CORREIA, 2004, p. 190). A necessidade de que o discurso jornalístico seja compreendido pelo maior número de leitores pode acentuar o conformismo na narrativa jornalística, tendo em vista que a descrição da realidade adota uma “forma ingênua, pré-reflexiva, independentemente de qualquer questionamento sobre a natureza dessa realidade” (CORREIA, 2004, p. 190).

Desta atitude natural do jornalismo, pode decorrer uma atividade que acaba destacando o conformismo ingênuo como o centro do consenso social. Além disso, segundo Correia:

Corre-se o risco que um esquema rígido de normas de especificação produtiva que permeia toda a indústria cultural, e o jornalismo em particular, designadamente no âmbito da formação de um estilo e de gêneros que buscam a sua adequação ao “homem comum”, se torne o elemento que estrutura a positividade da linguagem mediática, pervertendo a possibilidade da inovação e da dissidência e contrariando as possibilidades de reforço do pluralismo (CORREIA, 2004, p. 190).

O autor conclui: “Nesta hipótese, a negação da diversidade faria parte da própria natureza da linguagem e de práticas discursivas da instituição mediática e do jornalismo” (idem, p. 190). A linguagem jornalística se caracteriza por estar em sintonia com os pressupostos culturais dos consumidores de forma que o jornalista busca identificar temas, pessoas e interesses dos consumidores da informação (DADER apud CORREIA, 2004, p.190). Para Correia, “toda a atividade jornalística estaria invadida pela identificação do que é socialmente admissível, facilmente reconhecível e conseqüentemente vendável” e se constituiria numa “instituição ‘condensada’ dos valores dominantes” (CORREIA, 2004, p.191). Nesse sentido, o jornalismo reflete os valores hegemônicos dos grupos sociais dominantes (idem, p.192).

Os esquemas de captação da realidade acabam provocando certo “engessamento” na visão da mídia sobre os diversos assuntos. Esse “esquematismo

pré-determinado”, para usar o termo de Correia, reflete o modo de organização (e edição) do próprio jornal, com suas seções auto-suficientes geralmente pouco relacionadas entre si. Este fazer jornalístico acaba por encerrar uma leitura acerca do tema. Correia destaca que “a novidade limita-se ao incidente que assegura, pela negativa, através do seu caráter excepcional, a permanência das grandes regularidades” (2000, p. 2).

De acordo com Daniel Hallin (apud ALDÉ, 2004, p. 4), existem três esferas de cobertura jornalística acerca de questões políticas: a esfera do consenso, a da controvérsia política e a do desvio, isto é, a divergência considerada ilegítima. Enquanto a controvérsia legítima se mantém dentro dos limites da hegemonia, questões e vozes consideradas desviantes, como aquelas fora do *establishment* político, não devem ter necessariamente suas versões de fatos divulgadas. Grupos totalmente excluídos das duas primeiras esferas têm, portanto, mais dificuldade de conseguirem incluir seus enquadramentos na imprensa. O campo jornalístico será aliado das reformas, mas dificilmente será revolucionário. Apesar de ser um campo atravessado por idealidades, há um confronto com os limites da mudança.

Em texto sobre a sala de redação e a cultura dos jornalistas, Robert Darnton aponta para a criação de uma espécie de conservadorismo entre os profissionais que têm uma tendência à simpatia e à simbiose em relação ao grupo interno e às fontes.

É comum escutar que os jornalistas tendem a ser liberais ou democratas, e como eleitores podem realmente ser de esquerda. Mas como repórteres geralmente me pareciam hostis a ideologias, desconfiando das abstrações, céticos quanto aos princípios, sensíveis ao concreto e ao complexo, e, portanto, capazes de entender, se não de aceitar, o *status quo*. Pareciam desdenhar pregadores e professores, empregando com facilidade termos pejorativos como *bom-mocismo* e *intelectualismo* (DARNTON, 1990, p. 83).

Darnton demonstra que enquanto profissionais, os jornalistas parecem descrentes e defendem sua autonomia e seu ponto de vista na fabricação das notícias. Escrevem principalmente para o que denomina os “grupos de referência” que são os próprios colegas, os editores, repórteres de outros jornais, as fontes, os amigos e parentes, e grupos de interesses específicos; e definem previamente, na sala de redação, a matéria. O autor assinala o caráter apriorístico da produção da notícia ao apontar que o repórter procura conciliar as ideias prévias do editor com suas próprias impressões (1990, p. 75; 86).

De fato, a pauta é um índice importante deste enquadramento prévio, na qual o produtor de reportagem levanta uma “tese” ou uma argumentação inicial para ser confirmada pelo repórter que vai a campo (ou não, já que cada vez mais

se produzem notícias via telefone da sala de redação). Caso a ideia inicial não se confirme, é preciso convencer o editor da validade de uma eventual mudança de pauta. Do contrário, a pauta “cai”. A notícia deve caber nas estruturas editoriais e sua concepção passa, portanto, por uma espécie de “círculo fechado”, ou por uma “lógica privada”, como afirma Fausto Neto, ressaltando a existência de regras internas a cada suporte de informação (2002, p. 501). Nas palavras do autor: “Se a publicização diz respeito ao momento em que ‘cenas da vida privada’ ganham a esfera pública, vale também lembrar que o processo de construção da publicização se dá em âmbitos privados e tomando como insumos e pressupostos de natureza privada” (FAUSTO NETO, 1993, p. 172).

É enriquecedora a observação de Darnton a respeito da relação entre repórteres e editores. Estes são vistos pelos primeiros como ex-repórteres que se venderam para a direção da empresa e perderam o contato com a realidade concreta. Os repórteres desenvolvem uma ideologia antidireção e criam uma barreira para agradar abertamente aos editores, resistindo a “canalizar” a matéria para se adequar às ideias prévias do editor. Darnton afirma: “os editores parecem se considerar ‘homens de ideias’, que põem o repórter no rastro de uma matéria e esperam que ele a localize e traga de volta sob uma forma publicável. Os repórteres veem os editores como manipuladores tanto da realidade quanto dos homens” (1990, p. 76-77). Essa relação hierárquica interfere na maneira de se redigir as notícias.

Todd Gitlin (1980) reforça a observação quanto à concepção prévia da matéria. Explica que, para os meios jornalísticos, uma boa estória (“*good copy*”) sobre um movimento de protesto é frequentemente “gritaria”, a presença de um líder-celebridade certificado pela mídia e certo ajuste no enquadramento que os produtores de notícia construíram como “a estória”. Entretanto, tudo isto vai contra a intenção dos movimentos, nas palavras do autor: “estas qualidades da imagem não são o que os movimentos pretendem que sejam os seus projetos, suas identidades, seus objetivos” (1980, p. 3-4). Os agentes sociais que se encontram fora da controvérsia legítima disputam os enquadramentos com o campo midiático. Na sociedade midiática, não basta ter visibilidade pública e conseqüente *existência social*, é preciso também lutar pelo enquadramento.

A personificação, no entanto, é um enquadramento frequente no discurso jornalístico, tanto pela facilidade de operacionalização como por razões culturais. Para Galtung e Ruge, a personificação resulta de um *idealismo cultural* no qual o homem é dono de seu destino e os eventos podem ser vistos como o resultado da ação de livre vontade. Os autores distinguem que numa cultura materialista, o ponto de vista seria diferente, segundo o qual fatores estruturais seriam

ênfatisados, havendo mais eventos para as pessoas ou tendo as pessoas como instrumentos. A personificação também reflete as necessidades operacionais da mídia porque mais facilmente fornece uma *identificação*, atende ao fator *frequência* através da ação das pessoas, e possibilita a coleta e apresentação das notícias.

É mais fácil tirar uma foto de uma pessoa do que de uma estrutura [...] e uma vez que uma entrevista fornece uma base necessária e suficiente para uma notícia centrada numa pessoa, uma notícia centrada numa estrutura vai requerer muitas entrevistas, técnicas de observação, coleta de dados etc. (GALTUNG & RUGE, 1988, p. 57-58).

O enquadramento atravessa toda a rotina produtiva e se materializa nos discursos. A formação prática dos jornalistas os leva a desenvolver um repertório de imagens estilizadas, clichês e frases feitas que moldam a sua maneira de escrever. Darnton afirma que “os estilos de reportagem variam com o tempo, o lugar e o caráter de cada jornal” (1990, p. 96). Em cada tempo, há a criação da padronização e estereotipagem nas notícias, através de repertório tradicional dos gêneros que, por sua vez, são comparados a formas: “como fazer biscoitos com uma velha forminha de bolachas” (DARNTON, 1990, p. 91).

Clichês e estereótipos são recursos do discurso jornalístico que resultam, em grande parte, na cristalização da visão de mundo em tais expressões. A constituição de representações sociais pelo discurso mediático condiciona a referência do real de modo indiscutível. Patrick Champagne chama a atenção para esse ponto:

A mídia age sobre o momento e fabrica coletivamente uma representação social que, mesmo quando está muito afastada da realidade, perdura apesar dos desmentidos ou das retificações posteriores porque ela nada faz, na maioria das vezes, que reforçar as interpretações espontâneas e mobiliza, portanto, os julgamentos e tende, por isso, a redobrá-los (CHAMPAGNE, 1997, p. 64).

No entanto, o jornalista não pode “se afastar muito do repertório conceitual que partilha com seu público” nem das técnicas que aprendeu com os mais antigos, assinala Darnton (1990, p. 92). Isto reforça a ideia da cristalização de determinadas imagens, já que, uma vez partilhadas pelo leitor, este poderá não aceitar de todo uma modificação/renovação porque já adquiriu uma competência midiática.

O enquadramento sob a “lógica do precedente”, no termo de Champagne (1997, p. 65) é uma das características de construção do real pela produção noticiosa. O autor aponta para certo mecanismo de interpretação por parte dos

jornalistas ao recorrerem a estruturas prévias. Ao analisar a cobertura televisiva de protestos nos subúrbios de Paris, Champagne aponta para o “tratamento privilegiado” de protestos localizados porque, além de os jornalistas terem em mãos “imagens muito televisivas”, “eles provavelmente tinham na cabeça a lembrança das manifestações estudantis de novembro de 1986 que também tinham começado na mesma época do ano letivo, por uma greve localizada num único estabelecimento” (1997, p. 65).

A rememoração de acontecimentos como recurso para enquadrar os eventos produz o efeito de sentido de naturalização. Trata-se da função mnésica do discurso midiático através da qual o esquecimento retorna sob a forma de retrospectivas e de citações. Adriano Rodrigues aponta que este efeito é possível devido ao esquecimento que ocorre pela efemeridade dos enunciados midiáticos:

Se o discurso mediático prossegue, por um lado, um notável efeito de esquecimento e de arquivagem, por outro, alimenta-se do incessante mecanismo de rememoração das formas que vai arquivando. Esta forma ritualizada de alternância dos mecanismos de esquecimento e de rememoração é um dos processos mais importantes de produção dos efeitos de habituação e de naturalização (RODRIGUES, 2002, p. 225-226).

Novos acontecimentos se encaixam, assim, em velhas imagens esquecidas ou arquivadas alhures. Os enquadramentos têm o poder de apontar a leitura possível do presente.

Todos os suportes de comunicação estão submetidos aos paradigmas da novidade (conteúdo) e do fator tempo para a construção midiática dos acontecimentos, no entanto, a televisão apresenta uma necessidade específica por estar submetida ao paradigma da imagem. Patrick Champagne aponta para o efeito de sentido de realidade indiscutível que a televisão produz, tanto pelo seu peso na constituição da representação dominante dos acontecimentos como pelo efeito de drama que pode provocar emoções coletivas. O seu efeito também é sentido nas rotinas produtivas de outros meios de comunicação, como ressalta Champagne, “não podem mais ignorar os jornalistas da imprensa escrita hoje o que, na véspera, foi manchete dos jornais televisados” (1997, p. 64). A televisão produz esse efeito de evidência que os outros veículos não podem desprezar.

Miquel Rodrigo Alsina (2005) propõe três fases na construção dos acontecimentos: a seleção, a hierarquização e a tematização. A primeira diz respeito à identificação dos fatos que merecem ser transformados em notícia com base nos critérios de noticiabilidade. Alsina ressalta que nesta fase, há pouca autonomia dos jornalistas porque se trata de uma seleção “mais automática seguindo critérios profissionais” (2005, p. 209).

Para coletar os dados, os jornalistas normalmente vão aos mesmos lugares e são pressionados pelos editores se não obtiverem as informações dos concorrentes. Uma vez noticiado um evento por um veículo, os outros tendem a produzir imediatamente notícias sobre o mesmo, como afirma Champagne, um 'acontecimento' é "o resultado da mobilização – que pode ser espontânea ou provocada – dos meios de comunicação em torno de alguma coisa com que eles concordam, por certo tempo, a considerar como tal" (1997, p. 66-67).

A fase da hierarquização se relaciona com a atribuição de uma maior ou menor importância aos acontecimentos e pode haver muitas diferenças de tratamento entre os jornais. Já a tematização se constitui na seleção dos temas que vão concentrar a atenção pública e mobilizá-la para a tomada de decisões. Nesta fase, algumas notícias se impõem como temas de debate através da valorização cognoscitiva a respeito dos acontecimentos e os problemas que implicam. É a fase mais evidente do enquadramento, pois "se dá claramente uma estratégia de interação política" (ALSINA, 2005, p. 215).

A tematização ocorre num número limitado de assuntos, daí a disputa entre os diversos segmentos sociais em torno do controle e da limitação do acesso em relação aos assuntos. Enquanto efeito de sentido, explica Alsina, a tematização pressupõe um trabalho conjunto do sistema informativo, "não se pode afirmar que um só meio de comunicação produz um efeito de tematização" (2005, p. 215).

Ao reproduzir, de modo naturalizado, "esquemas" de espera do imprevisível, o jornalismo institui a própria dinâmica social, de modo que as instituições dos mais diversos setores da sociedade acabam por "oferecer fatos" à imprensa que atinjam aqueles critérios.

Considerações Finais

A despeito das condições interferirem na produção dos acontecimentos, não se trata de defender o "fechamento" do campo jornalístico diante de processos de modernização da dinâmica social. Evidentemente que o enquadramento como uma lente invisível que atua nas estruturas produtivas leva à reprodução do consenso, contudo, esta tendência se confronta com os limites da própria natureza do jornalismo, como os princípios deontológicos da dimensão crítica e com a própria dinâmica social. À medida que tendências minoritárias, como movimentos sociais, avançam e ganham expressão na sociedade contemporânea, o jornalismo é interpelado e tensionado a mostrá-los, como campo social legítimo que é. Publicizar significa conferir *existência social*, de modo que o jornalismo está sujeito à ação dos grupos sociais, refletindo a tensão da luta pela hegemonia e oscilando de acordo com a correlação de forças. Como afirma Correia, as tendências

minoritárias, “muitas vezes cristalizam um novo consenso, para de novo virem a ser desafiadas pela erupção de novos elementos fragmentadores e conflituais” (2004, p. 193).

Ao dar visibilidade ao real, o campo jornalístico procede a um trabalho simbólico de construção da realidade. Contra a tendência da naturalização do processo de produção de notícias, coloca-se a importância da discussão teórica acerca do enquadramento como uma dimensão presente na cultura jornalística e no processo de noticiabilidade. Em variados graus de tensão, os enquadramentos podem engessar o debate público ou refletir certa abertura para tal, abrindo novas possibilidades de diálogo e contribuindo para uma visão mais plural de enfoque sobre as notícias.

Referências

ALDÉ, Alessandra. Mídia e guerra: enquadramentos do Iraque. In: **Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social – Compós**, 2004. GT Comunicação e Política.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989 [2005].

BARROS FILHO, Clóvis. & MARTINO, L. M. O habitus profissional. In: _____. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003. p. 107-147.

CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre. **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1997. p. 63-79.

CORREIA, João Carlos. Mediação, cultura e sociabilidade. In: _____. **Comunicação e cidadania**. Lisboa: Livros Horizontes, 2004. p. 13-39.

CORREIA, João Carlos. **O poder do jornalismo e mediatização do espaço público**. Disponível em <<http://www.bocc.pt>> Acesso em 17 jul. 2000.

DARNTON, Robert. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. In: _____. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 70-97.

FAUSTO NETO, Antonio. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: PORTO, Sérgio Dayrell. (org). **O jornal**: da forma ao sentido. 2ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 499-523.

FAUSTO _____. A sentença dos media: o discurso antecipatório do impeachment de Collor. In: **Comunicação & Política**. São Paulo: CEBELA (Centro Brasileiro de Estudos Latino-americanos), 1993. v. 13, n. 22-25. p. 168-193.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari. Structuring and selecting news. In: COHEN, Stanley & YOUNG, Jock (orgs). **The manufacture of news**. London: Constable, 1988. p. 52-63.

GIDDENS, Anthony. Confiança e modernidade. In: _____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: EDUSC, 1991. p. 83-113.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching**. Berkeley: University of California Press, 1980

MCCOMBS, Maxwell. Hay que reinventar el concepto de noticia. Entrevista a Maxwell McCombs por Paulina Leyva Muñoz. **Sala de prensa** - web para profesionales de la comunicacion iberoamericanos/artículos. 34 – ago. 2001, año 3, v. 2. Disponível em <<http://www.saladeprensa.org/art247.htm>> Acesso em 19 jan. 2005.

MOUILLAD, Maurice. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: PORTO, Sérgio Dayrell. (org). **O jornal: da forma ao sentido**. 2ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 49-83.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 73-104.

RODRIGUES, Adriano. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999. p. 27-33.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1983.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.