

**AS NOTÍCIAS COMO
PRÁTICA COLETIVA E
CONVENCIONAL: a
abordagem beckeriana
aplicada aos estudos do
jornalismo**

THE NEWS AS A COLLECTIVE AND
CONVENTIONAL PRACTICE: the
Beckerian approach applied to
journalism studies.

LAS NOTICIAS COMO UNA
PRÁCTICA COLECTIVA Y
CONVENCIONAL: el enfoque
beckeriano aplicado a los estudios
en periodismo

Fábio Henrique Pereira^{1, 2}

RESUMO

O artigo propõe a aplicação dos conceitos de mundo social e de convenções, originários da sociologia das formas de representação da sociedade de Howard Becker, aos estudos de jornalismo. Postula-se a ideia de que a noticiabilidade consistiria em um sistema de convenções que fornece as bases para um processo mais amplo de negociação entre jornalistas, fontes, públicos, e os demais colaboradores do jornalismo, prática considerada aqui como um ato social maior. Com isso, busca mapear as possíveis contribuições de uma abordagem interacionista para a compreensão da atividade jornalística como uma prática dinâmica e coletiva.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; noticiabilidade; mundo social; convenções; interacionismo simbólico.

¹ Pós-doutorado na Université libre de Bruxelles (Bélgica). Doutorado em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília e pesquisador associado aos centros de pesquisa Arènes (França), CRICIS (Canadá) e ReSIC-ULB (Bélgica). E-mail: fabiop@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2867-0167.

² Endereço de Contato: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Campus Universitário Darcy Ribeiro – Asa Norte. CEP: 70.910-900. Brasília – DF.

ABSTRACT

This paper proposes applying to journalism studies the concepts of social worlds and conventions. Howard Becker originally developed these concepts to study how society is represented. The article postulates that newsworthiness could be seen as a conventional system, which provides the bases to a wider negotiation process between journalists, sources, public and the other collaborating people on journalistic production seen as major social act. Therefore, it seeks to present the possible contributions from a symbolic interactionist approach to understanding journalistic activity as dynamic and collective practice.

KEYWORDS: Journalism; newsworthiness; social worlds; conventions; symbolic interactionism.

RESUMEN

El artículo propone la aplicación de los conceptos de mundo social y de convenciones a los estudios de periodismo. Estos conceptos fueron originarios de la sociología sobre las formas representaciones de la sociedad, desarrollada por Howard Becker. Postulase la idea de que la noticiabilidad consistiría en un sistema de convenciones que fornece las bases para un proceso más amplio de negociación entre periodistas, fuentes, públicos y demás colaboradores que participan de la producción periodística, vista como un acto social mayor. Así, buscase mapear las contribuciones posibles de un enfoque interaccionista a la comprensión de la actividad periodística como una práctica dinámica y colectiva.

PALABRAS CLAVE: Periodismo; noticiabilidad; mundos sociales; convenciones, interaccionismo simbólico.

Recebido em: 02.12.2017. Aceito em: 26.02.2018. Publicado em: 29.06.2018.

Introdução

“Por que as notícias são como são?”. A frase, transformado em uma espécie de clichê acadêmico nos textos de Nelson Traquina (2001; 2005), está na origem de uma tradição relativamente consolidada de estudos em sociologia do jornalismo, particularmente no que convencionou chamar de perspectiva do *newsmaking*, ou seja os estudos que buscam compreender a produção das notícias na redação, a partir da análise da “cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 1995, p. 169).

Não cabe mapear aqui as diferentes abordagens e quadros conceituais que emergiram a partir dessa pergunta, de certa forma, fundadora – o que foi feito com mais propriedade por outros autores (SEIXAS, 2017; SILVA, 2005a; SOUSA, 2000; TRAQUINA, 2001, 2005). De modo geral, os estudos que se inserem nesta perspectiva orientaram a construção de desenhos de metodológicos que buscaram privilegiar dois tipos de pesquisa (e que não são excludentes): a. O estudo das práticas dos jornalistas e a forma como elas explicariam o processo de produção da notícia; b. O estudo da mensagem jornalística (do conteúdo, do discurso, da narrativa, etc.) e como as diferentes interações, constrangimentos e injunções que perpassam a produção do noticiário se materializaria no texto midiático.

Essa dupla tradição de pesquisa permitiu avançar, nas últimas décadas, na compreensão da processualidade que envolve a produção da notícia, expressa em vários momentos por um conceito central aos estudos de jornalismo (e que motiva o desenvolvimento deste artigo): o de “noticiabilidade”. Tomo aqui como definição o conceito proposto por Gislene Silva (2005b, p. 2) e que entende a noticiabilidade como um processo que envolveria,

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p389>

desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais.

Uma leitura apressada ou pouco aprofundada do conceito de noticiabilidade envolve um duplo risco. Por um lado, pode reforçar uma visão midiacêntrica do jornalismo: a ideia de que a produção das notícias dependeria unicamente dos jornalistas e de sua capacidade de reconhecer, classificar, filtrar, valorizar ou formatar o noticiário, a partir do seu conhecimento (individual ou coletivamente partilhado) sobre os critérios de noticiabilidade. Ou ainda é possível cair na tentação de achar que a noticiabilidade seria algo intrínseco aos acontecimentos, sendo reconstruída, expressa ou materializada pelos textos midiáticos a partir (novamente) da intervenção do jornalista. Essa visão do que seria notícia estaria, portanto, por traz do discurso ingênuo de alguns jornalistas e mesmo de pesquisadores ao afirmarem, por exemplo, que um fato conteria (mais ou menos) valores-notícia³.

Minha proposta, neste artigo, é problematizar essa dupla leitura sobre o processo de produção do noticiário. Para isso, desenvolvo aqui o seguinte postulado: a noticiabilidade consistiria, na verdade, em um sistema de convenções que fornece as bases para um processo mais amplo de negociação entre jornalistas, fontes, públicos, as equipes técnicas das redações (setor de informática, motoristas, operadores de estúdio, editores de imagem e vídeo, etc.), professores e pesquisadores do jornalismo, etc. em torno da prática

³ Utiliza aqui a distinção proposta por Silva (2005) entre critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Este último seria definido pela autora como o "grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes ou aspectos substantivos do acontecimento" (p. 98). Silva situa as noções de valores-notícia e seleção de notícias como conceitos específicos pertencentes ao universo mais amplo do conceito de noticiabilidade.

jornalística, vista como um ato social maior. Em um segundo momento, tendo este pressuposto como ponto de partida, gostaria de discutir como a noticiabilidade de inscreve em processos mais amplos de socialização, normatização e transformação do jornalismo.

Para operacionalizar esta proposição, farei uso de alguns conceitos da sociologia de Howard S. Becker, particularmente na forma como ela busca restituir as formas de representação da sociedade (como as artes, a fotografia, as ciências sociais e o jornalismo) ao seu contexto organizacional, de produção, circulação e consumo (BECKER, 1986a/1999; 2009). Nesse sentido, trabalharei com as noções de mundo social e convenção como operadores de análise capazes de conectar o pensamento beckeriano à tradição do *newsmaking*, particularmente à discussão sobre o caráter mais processual do conceito de noticiabilidade (Cf. SILVA, 2005a; 2005b). Ou seja, não busco em nenhum momento substituir um conceito pelo outro. Nem descartar as contribuições feitas pelos estudos de jornalismo à discussão sobre noticiabilidade, mas discutir de que forma certas situações encontradas no estudo da produção e do produto jornalísticos poderiam ser enriquecidos a partir de uma leitura interacionista desse fenômeno. Nesse sentido, seria possível propor interfaces entre a sociologia do jornalismo e a sociologia beckeriana, além de elencar possíveis contribuições que esse tipo de leitura cruzada poderia oferecer à compreensão da atividade jornalística como uma prática coletiva.

Iniciarei este artigo com uma breve descrição da sociologia de Howard Becker, com ênfase nos conceitos-chave que serão desenvolvidos aqui. A ideia é empreender um esforço aproximá-los do que chamo de "mundo dos jornalistas", utilizando-me, nesse caso, de analogias com outras práticas já estudadas por Becker (as artes, a sociologia, a fotografia, a cartografia). Em seguida, proponho uma leitura beckeriana da produção da notícia a partir de

quatro eixos de análise: 1. Sua dimensão coletiva; 2. Sua dimensão negociada; 3. Sua dimensão socializadora (e normativa); e 4. Os processos de segmentação, inovação e mudança que atravessam essa prática.

Sobre a sociologia beckeriana das representações da sociedade

O sociólogo e *jazzman* norte-americano Howard S. Becker é um dos principais nomes do interacionismo simbólico. Sua extensa obra inclui domínios como Sociologia da Arte, Sociologia do Desvio, Teoria Sociológica, Sociologia Visual e Metodologias de Pesquisa em Ciências Sociais. Neste artigo, gostaria de me ater à sua proposta de constituir, no interstício de vários dessas várias áreas, o que chama de uma sociologia “das formas de representação da sociedade”. Na obra de Becker, essa abordagem foi sendo articulada ao longo dos últimos 35 anos por meio de livros, artigos, ensaios, conferências e cursos que trataram de temas como arte, fotografia, ciências sociais, cartografia e até mesmo jornalismo (Cf. Becker, 1986a/1999). Aqui, tento retrair parte desse percurso teórico, me fundamentando em alguns conceitos discutidos ainda em 1982, no livro *Art Worlds*, retomados em dois trabalhos de 1986 – e reunidos na coletânea publicada em francês *Propos Sur Art* (1999) –, e finalmente consolidados na obra *Telling about society*, de 2007⁴. Dessa abordagem, dois conceitos me interessam particularmente para este estudo: *mundo social e convenções*.

Na tradição do interacionismo simbólico, um mundo social consiste em uma rede de pessoas envolvidas na realização de uma atividade cooperativa (BECKER, 1982; GILMORE, 1990; STRAUSS, 1992). Elas coordenam suas práticas

⁴ O livro foi lançado no Brasil com o título *Falando da sociedade* (Zahar, 2009); e na França como *Comment parler de la société* (La Découverte, 2009). Para este artigo, utilizei a versão em francês do livro – a que eu tinha em mãos no momento da redação do texto.

tendo como base um corpo de entendimentos (convenções), de interesses e de artefatos necessários à realização de um ato social maior (STRAUSS, 1992). Os mundos são diferentes das instituições e das organizações, pois suas dinâmicas de funcionamento não estão necessariamente fundamentadas em relações de poder, autoridade ou dominação (GILMORE, 1990). Além disso, a participação dos indivíduos não depende de um pertencimento institucional, ela está associada às formas convencionais de atuar na realização dessa atividade. Por isso, “pertencer a todos esses mundos sociais implica em engajamentos variados de ordem geral que ultrapassam os engajamentos específicos e facilmente perceptíveis em [espaços como os] escritórios, instituições, organizações, bandos e as especialidades relacionados ao mundo social⁵” (STRAUSS, 1992, p. 173).

Se estamos falando de um mundo social, é preciso entender que os laços cooperativos entre os integrantes dessa atividade coletiva se estendem por toda a sociedade indo além da atividade fim – o que Becker (1982) chama de “âmago” (“*core*”), do mundo social. Assim, para Becker, não é possível entender a produção de uma pintura, sem pensar, por exemplo, no papel desempenhado pelo coletivo de pintores, pelos mecenas, pelas galerias de arte e espaços de exposição, pelos fornecedores (de tintas, telas), pelos compradores, pelos críticos, pelos públicos, etc. nessa atividade coletiva. A coordenação das atividades desses diferentes grupos de atores depende, nesse caso, da existência um sistema convencional. Essas convenções definem os termos da cooperação, tornando as decisões mais simples e providenciam a base para que os participantes possam atuar juntos na produção de um trabalho. Isso inclui a

⁵ No original: “Appartenir à tous ces mondes sociaux implique des engagements variés d’ordre général que dépassent les engagements plus spécifiques et facilement perceptibles pour les bureaux, les institutions, organisations, cliques et spécialités en relation avec le monde social”. Todas as traduções foram feitas pelo autor.

forma material dos produtos (o estilo da pintura, do texto, da música, etc.), as relações com as audiências, os direitos e obrigações dos participantes. Por meio das convenções, os participantes concordam com práticas já utilizadas no âmbito do mundo social porque eles esperam que os demais atores envolvidos nessa atividade cooperativa façam o mesmo.

Uma parte considerável do sistema de convenções é socializada a todos os integrantes do mundo social, não se limitando apenas às pessoas ligadas diretamente à produção das atividades que compõem seu âmago. Elas são extensíveis aos diferentes integrantes da rede de colaboradores do mundo, de forma a coordenar as atividades de diferentes membros. Dessa forma, as convenções fornecem a base das escolhas individuais e coletivas. Tais escolhas podem ou não ser verbalizadas e sempre levam em conta a existência de um interlocutor. É a partir delas que o sistema convencional é colocado em prática, podendo ou não ser aceito, levando ou não a inovações, segmentações ou mudanças no mundo social.

Resumindo, na sociologia beckeriana, qualquer tipo de fenômeno social deve ser visto como, portanto, como a articulação de um trabalho coletivo (*"doing things together"*) com o objetivo de realizar "um ato social maior" (BECKER, 1982). Esse ato depende do resultado de infindáveis escolhas realizadas em função de um *outro* (uma pessoa, uma coletividade, um conceito), boa parte delas coberta por um conjunto de convenções. Quando surge alguma situação não coberta pelo sistema convencional, os participantes do mundo social são obrigados a improvisar (BECKER, 1982; 1986b/1999). As improvisações permitem resolver lacunas na coordenação da ação coletiva, mas também explicam as mudanças no mundo social. De fato, certos tipos de adaptações na produção de um ato social maior, quando aceitas e partilhadas entre os demais integrantes de uma prática, podem levar à invenção de novas

convenções. E, dependendo de sua abrangência e profundidade, um processo de inovação convencional pode desencadear fenômenos mais gerais de transformação do mundo social (BECKER, 1982).

Mundos sociais e as formas de representação da sociedade

Alguns mundos sociais, como o jornalismo, têm como ato social maior a produção de formas de representação da sociedade. Nesses casos, a perspectiva beckeriana propõe deslocar o olhar dos produtos ou artefatos (por exemplo, as notícias) e dar preferência à análise do contexto organizacional, de produção e de consumo desse artefato, incluindo os seus constrangimentos. “Os fabricantes das representações decidem como proceder ao ver o que é possível, lógico, fazível ou desejável em função de suas condições de trabalho e das pessoas a quem elas se dirigem⁶” (BECKER, 2009, p. 30). Trata-se analisar a série de operações que darão origem à atividade experiencial, incluindo a forma como ela pressupõe estruturas burocráticas, códigos profissionais, características e capacidades dos públicos.

Busca-se, assim, analisar os diferentes momentos de negociação que perfazem os caminhos convencionais para se produzir um trabalho. Nesse processo, a atividade fim é vista como o resultado dos esforços conjuntos de todas as partes interessadas. Por isso, Becker (1986a/1999; 2009) propõe mapear as diferentes etapas de uma atividade de representação. Seriam elas:

a. A *seleção* em que certos elementos (ou mesmo a quase totalidade) da realidade são deixados de lado do processo de fabricação de uma

⁶ No original: “Les fabricants de représentations décident comment proceder en voyant ce qui est possible, logique, faisable ou souhaitable em fonction de leurs conditions de travail et des gens à qui ils s’adressent”.

representação. Para que uma representação seja eficaz, essa incompletude deve ser aceita pelos fabricantes e usuários.

b. A *transcrição*, que estabelece uma correspondência entre os elementos ligados à realidade representada e os elementos convencionais ao meio representado. O processo de transcrição está baseado em um conjunto de convenções que visam criar um efeito padrão junto aos usuários da representação. Estes, por sua vez, possuem suas próprias expectativas em relação ao formato convencional.

c. A *ordenação dos dados* que busca, de certa forma, permitir que os usuários saibam do que trata a representação, ao transmitir noções como causalidade, cronologia, importância, etc.

d. A *interpretação*, ou seja, o processo de construção da realidade pelos usuários durante o processo de leitura de uma representação. Nesse sentido, uma representação eficaz deve ter sua interpretação aceita pelo público.

Vários dos pressupostos do modelo de compreensão das representações da realidade de Becker são compartilhados por abordagens etnoconstrutivistas de estudos sobre o jornalismo (TRAQUINA, 2001), incluindo as discussões propostas por Silva (2005a, 2005b), Sousa (2000) ou aquelas reunidas por Wolf (1995) sob o nome *newsmaking*. Nesse sentido é que estabelecemos nossa proposta de considerar a noção de noticiabilidade como parte do sistema de convenções que integra o mundo social do jornalismo. Tendo como ponto de partida esta premissa, apresento a seguir algumas proposições para se repensar o processo e produção da informação jornalística.

O produto final do jornalismo (geralmente as notícias) não é feito apenas por jornalistas

Considerar o jornalismo como um mundo social, o “mundo dos jornalistas” (PEREIRA, 2011; LEWIS & ZAMITH, 2017; TRAVANCAS, 1992), significa considerar na análise todas as pessoas que participam de alguma forma dessa atividade coletiva. Isso inclui a tríade jornalistas, fontes e públicos (RUELLAN, 2006), mas também qualquer outro ator que colabore, mesmo que de maneira “invisível” (CHARRON, DAMIAN & TRAVANCAS, 2014), com produção do noticiário. E, nesse sentido, a produção desse ato social maior que é a produção da notícia, depende da coordenação desse coletivo de atores e do conjunto de escolhas e negociações às quais eles estão envolvidos. Tomando como exemplo a mídia impressa, é possível afirmar que o seu processo produtivo envolve atividades como a escolha da pauta, das fontes, das informações que serão divulgadas pelas fontes, dos enquadramentos a serem adotados pelo jornalista, da forma convencionalmente mais eficaz de redigir o texto, de editá-lo, de diagramá-lo, do horário de fechamento da matéria, do papel e do tipo de impressão adotados, da forma de distribuição, da decisão de comprar o jornal, de ler determinada notícia, de como interpretá-la, etc. Ou seja, do ponto de vista convencional, o processo de produção de notícias a passa ser visto como uma dinâmica interativa, “onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante” (TRAQUINA, 2001, p. 64).

É claro que a maior parte dessas escolhas já é coberta pelo sistema de convenções do jornalismo (não é necessário escolher toda vez que um jornal vai para a gráfica o tipo de papel ou impressão, por exemplo). Da mesma forma, as convenções ligadas à escolha dos eventos a serem noticiados, às modalidades de apuração e de enquadramento dos fatos – o que Traquina (2005) chama de saberes” dos jornalistas: saber de reconhecimento, saber de procedimento,

saber de narração – também foram interiorizados e naturalizados pelos jornalistas. E também por outros atores que participam desse processo ao colaborar (em um sentido amplo) com a equipe da redação na produção do noticiário a partir de suas próprias compreensões em relação à noção de noticiabilidade. Discutirei a seguir, as formas de colaboração de alguns desses atores com a produção da notícia.

Fontes

Desde os anos 1970, autores como Hall et. al. (1978/1993), Gans (1980) e Molotch e Lester (1974/1993) têm alertado para a necessidade de se compreender melhor o papel as fontes de informação e dos demais profissionais envolvidos no processo de promoção de acontecimentos (como os assessores de imprensa e os relações públicas) na produção do noticiário. De certa forma, esses atores possuem uma visão particular sobre o que é notícia e desenvolvem um conjunto de estratégias e ações para interferir na fabricação desse tipo de representação. Em um artigo em que buscou incentivar o desenvolvimento de uma sociologia das fontes de informação, Schlesinger (1992) revisitou essa tradição, contrapondo-a à tendência da área em privilegiar abordagens midiocêntricas do jornalismo em que a produção da notícia é vista apenas a partir do trabalho e do ponto de vista dos jornalistas (Cf. NEVEU, 2001).

Após tantos anos questionando o midiacentrismo no jornalismo por que quase sempre entrevistamos apenas jornalistas em nossas análises de cobertura? Por que insistimos em trabalhar com as rotinas “jornalísticas”? Por que continuamos atribuindo aos jornalistas (ou em alguns casos à empresa jornalística) a responsabilidade pelo produto final, a notícia? Não é o caso de responder esses questionamentos, que refletem a estruturação e o

desenvolvimento das pesquisas em jornalismo no Brasil. Contudo, eles servem como um estímulo para o desenvolvimento de estudos focados, por exemplo, na forma como as fontes de informação entendem e participam da noticiabilidade e articulam os seus interesses institucionais e o seu conhecimento sobre essas convenções do jornalismo para cooperar com a produção da notícia. Nesse sentido, as fontes poderiam ser incorporadas aos estudos de jornalismo não como uma categoria apassivada, analisada apenas na forma como ela é apresentada no texto jornalístico, mas na maneira como ela participa ativamente do processo de fabricação da notícia e age com o objetivo de negociar suas interpretações e influenciando o modo como a realidade é representada na mídia.

Públicos

“Representar a realidade”, explica Becker (2009, p. 22), “consiste geralmente no fato de uma comunidade interpretativa, um conjunto organizado de indivíduos (os ‘fabricantes’) produzirem de maneira regular um conjunto de representações estandardizadas de um tipo particular, destinada a outras pessoas (os ‘usuários’) que se servem dessas representações de forma corrente e para objetivos estandardizados⁷”. Nesse caso, os produtores, ou jornalistas, se antecipariam às expectativas dos públicos, produzindo representações da realidade com o objetivo de produzir efeitos de veracidade, interesse, relevância, atualidade... Esse processo se baseia, na verdade, nas projeções que os jornalistas fazem dos seus leitores (por exemplo, visões estereotipadas ou quantificadas pelas pesquisas de audiência) e que são evocadas nos processos

⁷ No original: “Représenter la réalité sociale est généralement le fait d’une communauté interprétative, un ensemble organisé d’individus (les ‘fabricants’) qui produisent de manière courante des représentations standartisés d’un type particulier, pour d’autres personnes (les ‘usagers’) lesquelles s’en servent de façon courante pour des buts standartisés”

decisórios, de forma “a eliminar os conflitos de interesse” no interior de uma redação (RUELLAN, 2006, p. 07).

Becker (2009) explica que, em uma situação ideal, as audiências partilhariam da mesma base convencional dos jornalistas em relação ao que deve ser noticiado. O problema é que isso nem sempre acontece – já que o público possui o seu próprio sistema de valores. E essa diferença abre margem para interpretações destoantes baseadas na percepção que as audiências possuem sobre a noticiabilidade. Esse tipo de situação costuma ser bastante evidente em casos de comentários de leitores. Selecionei aqui a reação dessas pessoas a duas notícias de *fait divers* e que ilustram bem esse descompasso na forma como jornalistas e públicos atribuem relevância a um fato noticiado:

Figura 1 – Comentário do leitor em relação à notícia publicada no G1

Gato reencontra dona após mais de 10 anos no Canadá

Tatuagem de identificação ajudou a achar dona do gatinho George.



Por G1
19/06/2017 13h17 · Atualizado 19/06/2017 13h17

👍 21 🗨️ 2 · 📱 🐦 🍷



César Mendino

HÁ UM MÊS

Gato com tatuagem?

👍 4 🗨️ 1 · 📱 🐦 🍷



Shahid Rahman

HÁ UM MÊS

Que notícia irrelevante...

👍 5 🗨️ 43 · 📱 🐦 🍷

Fonte: G1. Adaptado de: <http://g1.globo.com/planeta-bizarro/noticia/gato-reencontra-dona-apos-mais-de-10-anos-no-canada.ghtml>

Figura 2 – Comentário do leitor em relação à notícia publicada no UOL



Meia do Real vira Batman e é multado por folia com boi no carnaval



nrmed 09/03/2014 10h20

NOTICIA IRRELEVANTE E ESTÚPIDA!!!!!!!!!!

0 Responder

Fonte: UOL Esporte. Adaptado de: <https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2014/03/08/meia-do-real-vira-batman-e-e-multado-por-fofia-com-boi-no-carnaval/>

Por mais que os jornalistas produzam um discurso que reforce a ideia de uma competência específica em relação ao processo de triagem das informações, nada impede que o público avalie, discuta e questione os critérios de seleção das notícias. De fato, o alto grau de partilha na sociedade do sistema de convenções noticiabilidade, permite que os usuários manipulem essas representações em busca de respostas que atendem melhor a questões do seu interesse (BECKER, 2009). Ao interagirem com a produção jornalística, os públicos acabam por remodelar as representações midiáticas a partir de suas

próprias convenções, produzindo formas específicas de apropriação do jornalismo. Estudos baseados na sociologia dos usos da mídia mostram que, para além das apropriações convencionais como informar ou entreter, os públicos costumam se utilizar das notícias como objeto de conversação cotidiana (BOULLIER, 2004), como um instrumento de gestão de sociabilidades em interações face a face ou mediadas por redes sociodigitais (FAGUNDES, 2017; TREDAN, 2011). Podem ainda se apropriar de parte das representações para subsidiar o seu ativismo político. Ou podem simplesmente ignorá-las.

As análises de produções jornalísticas “amadoras” revelam a complexidade das relações entre os sistemas convencionais de jornalistas e públicos. O conhecimento que os usuários possuem dos valores-notícia da mídia explica em parte o desenvolvimento das práticas de colaboração amadora em consonância com o mundo do jornalismo, sobretudo em conteúdos ligados a *fait divers* e a denúncias (ALVES, 2017). Por outro, a internet revelou novas formas de subjetivação dos conteúdos midiáticos. Com as possibilidades de autopublicação, as audiências passaram a difundir conteúdos que nem sempre partilham das mesmas convenções do jornalismo tradicional (Cf. BECKER, 2002), incluindo o que tem sido produzido pelas mídias sociais e independentes – e, nesse sentido é possível que os públicos se constituam em agentes potenciais de renovação da própria noção de noticiabilidade (retomarei esta pista de pesquisa mais tarde).

O “pessoal de apoio”

Em *Arts Worlds*, Becker (1982) também chama a atenção para outros atores que colaboram com a atividade cooperativa, e partilham da base convencional do mundo social. Eles serão chamados de “*network of cooperating people*” (“*personnel de renfort*”, na tradução francesa) ou “pessoal

de apoio” em uma tradução livre do termo. A cooperação desses atores é fundamental para a realização de um ato social, mesmo que a sua atuação não esteja diretamente ligada ao ato de produzir determinada representação da realidade. Assim, um poeta precisa de um editor e de um impressor para ser publicado – em última instância, de um fabricante de papel e tinta. As artes plásticas são produzidas por meio de uma complexa cadeia de atores, que envolve, desde os produtores da matéria prima e instrumento técnicos utilizados na pintura (por exemplo, telas, tintas, pincéis), à existência de sistemas de mecenato, curadoria, espaços de exposição, etc.

Da mesma forma, a divisão de trabalho que dá origem à notícia jornalística depende da participação dessa rede de cooperadores – que partilham de, certa forma de noções de noticiabilidade. Por exemplo, em um estudo sobre o trabalho dos motoristas dos jornais, Moretzoshn (2011) chamou a atenção para a habilidade desses profissionais em identificarem ocorrências noticiáveis (por exemplo, invasões a favelas pela polícia no Rio de Janeiro) e colaborarem para que repórteres tenham acesso aos locais de cobertura. Em sua tese de doutorado sobre o “mundo dos telejornalistas, Marcelli Alves (2017) mostra como profissionais convencionalmente vinculados à área técnica de uma emissora de televisão, como os repórteres cinematográficos e os editores de imagem, partilham de um sistema convencional que lhes permitem captar, selecionar, editar, formatar “boas imagens” e que vão ajudar a compor “boas notícias” do ponto de vista do jornalismo. Na mesma linha, Langonné (2014) discutiu o papel dos diagramadores e dos gráficos na construção da materialidade jornalística e mostrou como esses atores contribuem para valorizar as notícias serão publicadas em espaços considerados nobres na mancha gráfica do jornal. Outro exemplo da colaboração de um grupo de atores invisíveis do jornalismo é o estudo de Chagas (2014) sobre o papel dos

jornaleiros no processo de mediação do produto jornalístico, sobretudo em cidades do interior, o que contribui para ampliar a penetração de determinados impressos junto ao público.

Coordenação da ação entre os participantes do mundo dos jornalistas

Dentro de uma perspectiva bekeriana, a construção da notícia, pode, portanto, ser entendida como um conjunto de convenções. Consiste na materialização de uma série de acordos mais ou menos estáveis, que permitem estabelecer e coordenar as bases de cooperação entre os diferentes participantes do mundo social (e não apenas dos jornalistas) na escolha do que é noticiado.

Essas convenções possibilitam, assim, agilizar os processos de escolha pelos jornalistas. Por exemplo: O que noticiar? Como noticiar? Como dar ao texto um formato “jornalístico”, capaz de garantir um “efeito de real” (BOURDIEU, 1997)? Como redigir uma matéria de forma que os leitores sejam capazes de reconhecer e aceitar as escolhas feitas durante a produção da notícia? Ao fazerem isso, os jornalistas buscam impor limites ao processo de interpretação pelos públicos, evitando, ao máximo, leituras divergentes ou destoantes – e, contando, nesse caso, com o fato de que os leitores também partilham desse mesmo conjunto de convenções.

Mas as convenções também providenciam as bases de cooperação dos demais participantes do mundo social, permitindo que eles possam atuar juntos, de forma coordenada e eficiente, na produção do ato social. E é por isso que convenções como a noticiabilidade devem estar socializadas a um número relativamente alto de participantes desse mundo. De fato, o conhecimento partilhado dessas convenções permite que fontes, jornalistas, públicos e pessoal de apoio antecipem comportamentos amplamente similares e interiorizados via

processo de socialização, de forma a normatizarem as tarefas de produção de uma representação sobre a sociedade (BECKER, 1986a/1999; ver a seção seguinte). A forma como esse conhecimento é adquirido permite que a participação dos diferentes atores nos momentos de seleção, transcrição e ordenação dos fatos seja feita de forma quase automática, o que dá a falsa impressão de que a noticiabilidade seria algo a ser descoberta ou garimpada junto aos eventos – e não atribuída e negociada pelos participantes do mundo social.

Ao mesmo tempo, esses participantes estão também sujeitos aos constrangimentos resultantes do processo de produção de uma representação. Por mais que os manuais acadêmicos e os manuais de redação busquem apresentar uma lista exhaustiva e detalhada sobre o que é noticiável, o processo de transformação de uma ocorrência em notícia, depende de outros fatores, como a pauta do dia, a disponibilidade dos repórteres, o tempo ou espaço destinado ao noticiário e o número de possíveis eventos que vão concorrer pela agenda midiática (Cf. SILVA 2005a). É possível ser mais exigente na seleção dos eventos em dias “quentes”. Em dias menos movimentados, ocorrências pouco “relevantes”, que possuam “pouco valor-notícia” podem muito bem serem publicadas. Em pesquisa anterior com repórteres, percebi que o aproveitamento de um release e a sua classificação como material informativo ou promocional dependia muito do espaço disponível para publicação ou da necessidade de se manter um site atualizado e não apenas da “relevância” da informação divulgada (PEREIRA, 2004). Da mesma forma, a utilização de conteúdos amadores no noticiário pode ser mais ou menos criteriosa de acordo com o número de contribuições recebidas, a disponibilidade de recursos de checagem e a forma como a própria equipe de jornalistas e técnicos avaliam essas

colaborações com base no sistema convencional (Cf. ALVES, 2017; PEREIRA & FREITAS, 2012).

Concluindo: o jornalismo é uma prática coletiva, que depende de uma diversidade de atores não-jornalistas. Cada um deles partilha de parte do sistema de convenções do mundo social (incluindo a própria compreensão do que seria ou deveria ser noticiável). Isso permite estabelecer as bases de sua cooperação com o processo de produção do noticiário. As convenções ligadas à noticiabilidade facilitam a tomada de decisão pelos diferentes participantes o mundo social. Além disso, garantem certa homogeneidade à representação produzida (que obedece a critérios semelhantes), o que facilita o processo de interpretação pelo público. Mas esse sistema raramente funciona perfeitamente, o que leva os atores a improvisarem por conta dos constrangimentos organizacionais. Essa dualidade agrega aos critérios de noticiabilidade duas características. Primeiro, o alto grau de partilha e normatização dentre os integrantes do mundo social, permitindo sua apropriação em discursos de caráter normativo e acadêmico. Segundo, sua relativa maleabilidade, que leva a processos de segmentações, adaptações e mudanças convencionais. Falarei dessas duas consequências a seguir.

Noticiabilidade, normas e socialização

As convenções representam a estabilização de um conjunto de acordos que permitem a cooperação entre atores na produção de um ato social. Esses acordos podem ser tácitos ou podem estar codificados por meio de manuais ou códigos deontológicos. Esses acordos podem ser temporários ou podem estar tão interiorizados no mundo social, que passam a ser vistos como parte da experiência cotidiana. Esta última situação parece descrever a noticiabilidade, que pode ser considerado como uma das convenções mais fundamentais do

processo de coordenação das atividades dos participantes do mundo do jornalismo. Isso se explica por três fatores:

a. O alto grau de abrangência. Os critérios de noticiabilidade cobrem um número expressivo de acordos, envolvendo fontes, jornalistas, pessoal de reforço e públicos. Para esses atores, seria praticamente impossível colaborar com o mundo dos jornalistas sem ter um conhecimento mínimo do que é necessário para se produzir as notícias.

b. O alto grau de estabilidade: os teóricos e os historiados do jornalismo costumam remontar a “invenção” do conceito de notícia à *De relationibus novellis*, tese apresentada em 1690 por Tobias Peucer na Universidade de Leipzig. Esse tipo de discurso pode, em alguns casos, ser perigosamente empregado para justificar uma visão quase essencialista do objeto notícia. Mas existe uma meia verdade nesta história. É claro que muita coisa mudou em relação ao século XVII e seria ingênuo achar que Peucer estava falando do mesmo jornalismo dos dias de hoje quando escreveu sua tese. Mas existe sim uma permanência na ideia de que a publicação periódica está associada a um processo de seleção do que será ou não publicado e que é necessário, para isso, haver algum tipo de critério de seleção (e de formatação) desse material. Esta prerrogativa, que será desenvolvida e refinada com o advento do jornalismo de informação e das rotinas produtivas, está na base da construção de um sistema de convenções ligado à noticiabilidade que tem resistido com relativo sucesso, pelo menos na mídia *mainstream*, até os dias de hoje.

c. O alto grau de normatividade, incluindo o status acadêmico. Becker (2009) fala no papel dos discursos morais no processo de produção de representações sobre a sociedade. Eles permitem justificar a reprodução e a difusão de certas práticas, na medida em que certas convenções passam a ser consideradas “boas”, “importantes” ou “fundamentais” para a realização de

uma atividade ou para o desenvolvimento da sociedade de forma geral. A ideia de que toda notícia jornalística *deve ter* valores-notícias é uma expressão desse discurso normativo. Ela está no cerne da ideia de que os noticiários *devem ser* relevantes ou interessantes para a sociedade; e que os jornalistas são os mais capacitados para desenvolver esta tarefa. Ora, essas duas assertivas podem muito bem ser questionadas: os noticiários estão cheios de notícias irrelevantes ou desinteressantes para parte da sociedade; e muitas vezes outros atores podem ser mais competentes na identificação e na transformação em notícia de eventos relevantes do que os jornalistas. Mas definir a capacidade de distinguir, elaborar e formatar as notícias como um conhecimento *jornalístico*, uma prerrogativa *dos jornalistas*, é fundamental na elaboração de discursos públicos de legitimação dessa prática e dessa categoria profissional – e isso explica o status dessa convenção como um conceito científico, codificado e difundido sob a apelação “critérios de noticiabilidade”. Essa “classificação abstrata”, nas palavras de Wolf (1995, p. 193), que transforma procedimentos da prática cotidiana em tipificações acadêmicas, não só permite uma melhor compreensão do jornalismo, como possibilita atribuir à atividade jornalística o reconhecimento social como uma “profissão” – na visão da sociologia profissional funcionalista – pela posse de um corpo de conhecimentos específicos.

Isso se reflete no status que essas convenções adquirem no processo de socialização do jornalismo. Embora a prática transformação de um fato em notícia fosse anterior ao desenvolvimento acadêmico do conceito de noticiabilidade, este é suficientemente difundido no meio profissional para se constituir em um conhecimento obrigatório, um sistema de normas necessário para a fabricação e o consumo das representações jornalísticas. Aprender a identificar o que deve ou não ser publicado como notícia, por exemplo, é algo

que está presente nos currículos dos cursos de jornalismo de todo o país. E, mesmo que a cultura profissional tenda a desprezar esse tipo de conhecimento acadêmico, insistindo na ideia de que trata-se de algo que se adquire na prática das redações, trata-se de um conceito acadêmico que circula e produz efeitos de real no meio profissional⁸.

Na verdade, isso revela ainda que as convenções – por mais que pareçam cristalizadas ou normatizadas – não são sistemas estanques, mas circulam entre mundos sociais (por exemplo, o universitário e o jornalístico). E, para além disso, elas se alteram ao longo do tempo.

Segmentações e transformações da noticiabilidade

Mesmo quando estão arraigadas ao mundo social, as convenções nunca são imutáveis. Como parte integrante de uma ordem negociada, elas dão margem a formas distintas de interpretação. E elas sempre podem mudar. “Convenções representam a ajustamento contínuo das partes cooperadoras para a mudança das condições nas quais eles praticam, quando as condições mudam, eles mudam⁹” (BECKER, 1982, p. 59). As convenções dificilmente conseguem cobrir todas as situações vividas no âmbito de um mundo social, o que exige que os seus praticantes improvisem caso queiram resolver situações específicas que emergem no cotidiano de sua atividade. Boa parte dessas improvisações possuem um grau de aplicabilidade limitado e não conseguem se estabilizar. Mas algumas podem ser incorporadas ao mundo, desde que aceitas pelos demais participantes. Assim, a opção por inovar ou continuar

⁸ Em um estudo ainda inédito, consegui identificar um processo de migração de conceitos como “valores-notícia” e “gatekeeper” do ambiente acadêmico para as redações na forma como alguns jornalistas em atividades se utilizavam desse vocabulário acadêmico para descrever ou justificar certas práticas.

⁹ No original: “Conventions represent the continuing adjustment of the cooperating parties to the changing conditions in which they practice, as conditions changes, they change”.

utilizando as convenções remete à capacidade de um integrante de conciliar seus interesses individuais (de experimentação ou solução de um problema específico) com a ordem social negociada e que tende a se prender ao conjunto mais estável do sistema de convenções. Para Becker (1982), sempre é possível fazer diferente, desde que se pague o preço por isso: maior esforço, menor circulação, perda do emprego. Por isso, o mundo social pode ser visto como uma combinação de aspectos convencionais e inovadores.

Quando se fala em mudanças em termos de noticiabilidade, existem duas consequências possíveis. A primeira é a formação de grupos autônomos que vão partilhar de uma visão específica desse tipo de convenções. Desse processo de segmentação surgem convenções próprias a espaços mais restritos do mundo social: o jornalismo literário, o jornalismo especializado (científico, econômico, cultural, de moda, etc.), a imprensa partidária ou alternativa. Nesse caso, falo de micromundos em que os integrantes (jornalistas, fontes, públicos, pessoal de reforço) possuem uma visão partilhada do que deve ser noticiado, mas que é geralmente específica a esse espaço de circulação, destoando de outras formas convencionais de produção e consumo da representação que o jornalismo faz da realidade.

Como práticas acordadas ente diferentes atores, a noticiabilidade também se transforma ao longo do tempo. Assim, um grupo de atores pode deixar de considerar certos temas ou eventos “relevantes” (ou interessantes ou pertinentes) no contexto do noticiário. E, em um movimento, inverso, podem começar a se interessar a trabalhar por outros assuntos. Ou é possível que a introdução de novos processos de produção, de novos dispositivos técnicos, de novos valores, visões de mundo modifiquem formas convencionais de se produzir as notícias – desde que essas inovações sejam, aceitas pelos demais integrantes do mundo social. É quase impossível mapear a forma como uma

improvisação dará origem a uma mudança mais consistente no mundo social, mas leituras diacrônicas do jornalismo têm apontado para evoluções constantes e consistentes em relação ao próprio conceito de notícia (CHARRON & DE BONVILLE, 2017; JORGE, 2007)

O que precisa ser destacado é que segmentações ou transformações no sistema de convenções do jornalismo, incluindo a noticiabilidade, não são uma prerrogativa dos jornalistas. No caso de segmentos como o jornalismo literário ou do jornalismo científico, as inovações se deveram em grande parte da ação concertada de jornalistas e escritores ou de jornalistas e cientistas – e da existência de um público interessado nesse tipo de informação.

Mas também é possível que a atuação de um segmento da sociedade que geralmente exerce o papel de fontes de informação possa levar à emergência de novas temáticas que passarão a integrar o rol dos valores-notícia, influenciando a própria noção de noticiabilidade. A questão da reforma agrária, por exemplo, só voltou de forma consistente à pauta do noticiário brasileiro após um conjunto de ações de ruptura – *disruption*, para empregar um termo de Molotch e Lester (1974/1993) promovidas pelo Movimento dos Trabalhadores sem Terra. Ou ainda, é possível analisar como o trabalho de setores do governo, ONGs e ativistas políticos foi vem sucedido na inserção do tema do meio ambiente na pauta jornalística.

Da mesma forma, o aumento da participação dos públicos tem pressionado os jornalistas a aceitarem cada vez mais as definições de notícia que têm origem nas audiências. A introdução de novos atores no mercado de produção de informação (como as mídias sociais) também levado os jornalistas a adaptar a lógica de seleção e difusão de certas notícias, considerando, por exemplo, o número potencial de compartilhamentos e curtidas.

Ou seja, processos de segmentação ou mudança nos critérios de noticiabilidade não devem ser vistos como meras evoluções das formas de apresentação da informação, mas remetem a mudanças mais amplas nas modalidades de cooperação de grupos de atores que participam do mundo social e partilham de parte do seu sistema convencional. Inovações, para acontecer, precisam ser aceitas por esses atores. E, por outro lado, podem excluir grupos de atores incapazes de se adaptarem a essas mudanças de ordem convencional (BECKER, 1986a/1999).

Conclusões

Este artigo propôs uma leitura beckeriana do jornalismo, particularmente da ideia de noticiabilidade, com o objetivo de pontuar as possíveis interlocuções e contribuições dessa perspectiva às pesquisas na área. Três pontos de interesse parecem emergir dessa primeira tentativa de aproximação:

a. O aspecto coletivo da produção do noticiário, que não deve ser visto apenas do ponto de vista da prática dos jornalistas, nem da materialidade do texto jornalístico, mas deve ser também analisado sob a perspectiva dos demais participantes do mundo social;

b. Pensar a noticiabilidade como uma convenção implica em admitir a sua capacidade de promover a coordenação da ação coletiva e facilitar o processo de decisão pelos diferentes atores que participam do mundo dos jornalistas.

c. Para além da dimensão microssociológica das interações entre os tores do mundo social, a sociologia beckeriana também pode ser adotada para a

análise de fenômenos de maior fôlego, como processos de socialização e definição de normas, de inovação e de transformação do jornalismo.

É preciso deixar claro que esta é uma primeira proposição. Ela possui várias lacunas do ponto de vista teórico. Meu objetivo foi propor um debate sobre as aplicações possíveis de uma perspectiva interacionista no jornalismo e pensar em outras articulações com pesquisadores que trabalham especificamente com os processos de produção de notícias. Nesse sentido, contribuições, questionamentos e propostas de diálogo serão bem-vindos.

Referências

ALVES, Marcelli. O percurso do amador para integrar o “mundo do telejornalista”: uma análise dos vídeos colaborativos que participam da notícia televisiva”. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação)- Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

BECKER, Howard S. **Art worlds**. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1982.

BECKER, Howard S. Parler de société. In: **Propos sur l’Art**. Paris: l’Harmatan, 1986a/1999, p. 19-39.

BECKER, Howard S. La culture: un approche sociologique. In: **Propos sur l’Art**. Paris: l’Harmatan, 1986b/1999, p. 149-172.

BECKER, Howard S. **Propos sur l’Art**. Paris: l’Harmatan, 1999.

BECKER, Howard S. Studying the New Media. **Qualitative Sociology**, 25(3), p. 337-343, 2002.

BECKER, Howard S. **Comment parler de la société**. Artistes, écrivains, chercheurs et représentations sociales. Paris: La Découverte, 2009.

BOULLIER, Dominique. La fabrique de l'opinion publique e dans les conversations télé. **Réseaux**, 2004/4, nº 126, p. 57-87.

BOURDIEU, Pierre. **Sur la télévision**. Paris: Liber, 1997.

CHARRON, Jean; DAMIAN-GAILLARD, Béatrice; TRAVANCAS, Isabel. Os invisíveis do jornalismo. Introdução. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, Vol. 3, n. 1, p. 14-17, 2014. Disponível em: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/148/62>. Acesso em: 26 mai. 2017.

CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.

CHAGAS, Viktor. Já nas bancas. Mediação e economia política da distribuição dos meios impressos. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, Vol. 3, n. 1, p. 58-69, 2014. Disponível em: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/130/50>. Acesso em: 26 mai. 2017.

FAGUNDES Ausani, Mariana. **Jornalismo político on-line no Facebook e as interações do público**: usos, apropriações e posicionamentos dos usuários. 2017. 550 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Programa de Pós-graduação e Comunicação. Universidade de Brasília: Brasília, 2017.

GANS, Hebert. **Deciding What's News**. New York: Vintage Books, 1980.

GILMORE, Samuel. Art worlds: developing the interactionist approach to social organization. In: BECKER, Howard S.; MCCALL, Michal (eds.). **Symbolic**

interaction and cultural studies. Chicago: The University of Chicago Press, 1990, p. 148-178.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brain. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo:** questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1978/1993, p. 224-248.

JORGE, Thaís de Mendonça. **A Notícia em Mutação.** Estudo sobre o Relato Noticioso do Jornalismo Digital. 2007. 397 f. Tese (Doutorado em Comunicação)- Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

LANGONNE, Joël. L'impossible « dernier mot ». La maquette du journal : un outil partagé. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo,** Vol. 3, n. 1, p. 18-29, 2014. Disponível em: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/127/47>. Acesso em: 26 mai. 2017.

LEWIS, Seth C.; ZAMITH, Rodrigo. On the Worlds of Journalism. In: BOCZKOWSKI, Pablo. J.; ANDERSON, Chris. W. (eds.). **Remaking the News:** Essays on Technology and the Futures of Journalism Scholarship in the Digital Age. MIT Press, 2017, p. 111-128.

MOLOTCH, Harvey; LESTER Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo:** Questões, teorias, estórias. Lisboa: Vega, 1974/1993, p. 34-51.

MORETZSOHN, Sylvia. **Repórter no volante.** São Paulo: Publifolha, 2013.

NÉVEU, Eric. **Sociologie du journalisme.** Paris: La Découverte, 2001.

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p389>

PEREIRA, Fábio Henrique. O “Jornalista Sentado” e a produção da notícia on-line no Correioweb. **Em Questão**, Vol. 10, n. 01, p. 95-108, 2004. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85>. Acesso em 28 mai. 2017.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Jornalistas-intelectuais no Brasil**. São Paulo: Summus, 2011.

PEREIRA, Fabio Henrique; FREITAS, Angélica Fonsêca de. Les innovations technologiques et la reconfiguration des rapports entre journalistes et public dans le journal télévisé local: une étude de l'emission brésilienne DF-TV. **Sciences de la société**, 84-85, pp. 213-229, 2012.

RUELLAN, Denis. Corte e costura do jornalismo. **Líbero**, ano IX, n. 18, p. 31-40, 2006. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Corte-e-costura-do-jornalismo.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2017.

SCHLESINGER, Philip. Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme. **Reseaux**, nº 51, p. 75-98, 1992.

SEIXAS, Lia. Valores notícia: uma proposta de análise. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES DE JORNALISMO – SBPJor, 15º. São Paulo, Nov. 2017. **Anais...** Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/view/679>. Acesso em 01 Dez. 2017.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. 2, n. 1, p. 95-107, 2005a. doi: <http://dx.doi.org/10.5007/%25x>

SILVA, Gislene. Valores-notícia: atributos do acontecimento. CONGRESSO INTERCOM, XXVIII, Rio de Janeiro, RJ, 2005b. **Anais...** Intercom, 2005b, 17 p.

Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0797-1.pdf. Acesso em: 30 jul. 2017.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva, 2000.

STRAUSS, Anselm L. **Miroirs et masques**: une introduction à l'interactionnisme,. Paris: Métailié, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume 1: Porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1992.

TREDAN, Olivier. A construção dos públicos na internet, dos grupos de pares às novas legitimidades culturais. **ALCEU**, v. 11, n. 22, p. 5-25, jan./jan. 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4ª Ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.