

Jornalista, o “lado” da notícia

Marcia Veiga da Silva – UFRGS
marciaveiga2005@gmail.com

Resumo:

A impossibilidade da objetividade e da neutralidade é amplamente discutida no âmbito das teorias construcionistas do jornalismo, fundamentalmente respaldadas por pesquisas empíricas que, principalmente a partir dos estudos de *newsmaking*, trazem imensa contribuição ao campo desde a década de 1970. Neste artigo, discuto a presença das visões de mundo e dos gostos pessoais dos jornalistas incidindo nos processos de produção de notícias televisivas que, como tal, refutam a possibilidade das notícias serem um reflexo da realidade, sendo, sim, uma construção social da realidade em que o jornalista é ponto central. Os elementos trazidos nesta discussão são parte dos dados de minha pesquisa de mestrado obtidos a partir de um estudo etnográfico realizado ao longo de onze semanas junto a um programa jornalístico da RBS TV.

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalistas; Produção de Notícias

Abstract:

The impossibility of objectivity and neutrality is vastly discussed in constructionists' theories of journalism, essentially supported by empirical research that mainly because of *newsmaking* studies bring great contribution to the field since the 1970's. In this article, I discuss the presence of journalists' world views and personal taste in the process of television news production that, as such, refute the possibility of news being a mirror of reality, being, in fact, a social construction of reality where journalists play central part. The elements brought to this discussion are part of data from my dissertation, obtained in an ethnographical study conducted throughout eleven weeks alongside a journalistic program of RBS TV.

Keywords: Journalism; Journalists; News Production.

Na construção social das notícias, o jornalista

De que “lado” estão as notícias? Haveria uma ideologia dominante nas empresas de comunicação, responsável por determinar e/ou manipular as informações noticiosas? Ou as notícias seriam apenas um reflexo da realidade? Talvez alguns possam responder que uma ou todas as alternativas estão corretas, outros possam entendê-las como questões totalmente equivocadas. Neste artigo, sem ignorar as tantas e demais questões presentes e amplamente estudadas no campo jornalístico, foco a discussão no poder simbólico das notícias e sua relação com os valores culturais. Mais especificamente, a centralidade dos jornalistas e de seus valores pessoais no processo de construção das notícias como elementos decisivos e que demonstram as imbricações do jornalismo com a cultura, com os valores sociais hegemônicos que perpassam a sociedade para além das estruturas econômicas e da ideologia das empresas. Os argumentos aqui dispostos estão baseados nos dados resultantes de minha pesquisa de mestrado, um estudo de *newsmaking* realizado com base no método etnográfico, ao longo de onze semanas¹ junto aos jornalistas de um programa² semanal da RBS TV, uma das principais empresas afiliadas da Rede Globo, na cidade de Porto Alegre.

A pesquisa desenvolvida, da qual passo a compartilhar alguns dados, surgiu a partir de inquietações sobre a forma como as notícias eram produzidas e suas imbricações com os valores sociais circulantes em nossa sociedade. Há algum tempo, na condição de espectadora/leitora, mas também como jornalista, acompanhando mais atentamente as matérias jornalísticas veiculadas na mídia, em especial aquelas sobre relacionamentos e arranjos familiares, afetivos, sexuais e reprodutivos, chamava minha atenção o fato de que as notícias indicavam a presença de uma escala de valores típica de um determinado padrão comportamental, em especial de uma determinada concepção de gênero e sexualidade, tomada como padrão normativo. Os discursos reproduzidos pelo jornalismo, via de regra, serviam para “explicar” à sociedade os padrões de certo e errado, normal e anormal, utilizando-se de fontes oriundas de instâncias de poder e de saber legitimadas socialmente e pela mídia como os “verdadeiros” conhecimentos (ciências psico-biomédicas, Estado, Direito, etc.) a serem partilhados, principalmente no que diz respeito às relações e aos comportamentos. Mais do que isso, pareciam dar conta de um certo “senso comum”, que em nada contribuía para ajudar a entender complexos fenômenos culturais, e sim pareciam promover juízos de valor, em especial sobre determinados arranjos e grupos sociais que fugiam à normatividade vigente (a exemplo das diversas conformações familiares, tais como as de classes populares e as homoparentais, e a gravidez na adolescência, entre outros tantos).

1 Pesquisa metodologicamente assentada na etnografia, com uso da técnica da observação participante, realizada no período de 05 de março a 18 de maio de 2009.

2 O nome do programa, bem como dos interlocutores da pesquisa foram substituídos por pseudônimos a fim de proteger a identidade das pessoas.

Interessada em compreender a participação do jornalismo na formação de valores, na cultura e nas relações de poder que, em última instância, transformam diferenças em desigualdades, filiada às teorias construcionistas do jornalismo, aos estudos culturais e aos estudos feministas pós-estruturalistas, e movida pelas inquietações descritas, ingressei no universo empírico instigada a refletir sobre o processo produtivo das notícias a fim de perceber as implicações do jornalismo na formação, reprodução ou transformação de valores culturais, em especial nas convenções de gênero normativas de nossa sociedade.

Qual seria a participação do jornalismo na reprodução, manutenção ou re-significação das normas e padrões comportamentais? Que concepções de gênero, classe, sexualidade, entre outras, estariam a orientar os jornalistas nas produções noticiosas? Estas e outras questões norteavam o problema de minha pesquisa, pois partia do entendimento de que a mídia é uma das instâncias pedagógicas culturais contemporâneas, um dos espaços onde se aprende a ser sujeito,

[...] um lugar extremamente poderoso no que tange à produção e à circulação de uma série de valores, concepções, representações – relacionadas a um aprendizado cotidiano sobre quem nós somos, o que devemos fazer com nosso corpo, como devemos educar nossos filhos, de que modo deve ser feita nossa alimentação diária, como devem ser vistos por nós os negros, as mulheres, pessoas das camadas populares, portadores de deficiência, grupos religiosos, partidos políticos e assim por diante. Em suma: torna-se impossível fechar os olhos e negar-se a ver que os espaços da mídia constituem-se também como espaço de formação – ao lado da família, da escola, das instituições religiosas (FISCHER, 2002, p. 153)

Entendia que cada vez mais os comportamentos, normas e hierarquia de valores sociais perpassavam os meios de comunicação, assim como a sociedade. O jornalismo foi tomado como uma das formas de conhecimento social na qual as notícias revelaram-se como fonte de produção e intercâmbio de significados que se relacionam diretamente com a cultura e com a função social de “fazer saber” (ALSINA, 2009). O campo simbólico das produções jornalísticas e suas relações com os conhecimentos culturais foram o foco escolhido para o estudo em questão.

As discussões sobre o jornalismo como forma de conhecimento na sociedade trazem em seu cerne a relevância deste campo na produção simbólica, indicando que as notícias, além de não-neutras, envolvem determinadas visões de mundo e, como tal, contribuem social e culturalmente como uma orientação acerca dos parâmetros normativos e dos valores circulantes. O jornalismo é, nesse sentido, um dos modos de constituir uma natureza consensual da sociedade e de contribuir naquilo que nos une como sociedade e cultura através dos processos de significação rotineiramente produzidos em forma de notícias:

O processo de significação – dando significados sociais aos acontecimentos – tanto assume como ajuda a construir a sociedade como um “consenso”. Existi-

mos como membros de uma sociedade porque – é suposto – partilhamos uma quantidade comum de conhecimentos culturais com os nossos semelhantes; temos acesso aos mesmos “mapas de significados”. Não só somos capazes de manipular esses mapas de significados, para compreender os acontecimentos, mas também temos interesses, valores e preocupações fundamentais, em comum, que estes mapas incorporam ou refletem. Todos nós queremos manter basicamente a mesma perspectiva acerca dos acontecimentos. (HALL et. all, 1993, p. 226).

O processo de dar e gerar significado através da produção das notícias torna visível a participação do jornalismo na construção das realidades sociais: É nesse processo, partindo de um universo de valores “consensual”, que as notícias se consolidam como “verdades” que estão a nortear os sujeitos, como um conhecimento social e cultural crivado de “suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona” (HALL et. all, 1993, p. 226). Assim, não há como pensar a cultura (aqui entendida como um conjunto de regras, hábitos e valores historicamente construídos numa sociedade) em que estamos inseridos sem refletir sobre o papel do jornalismo.

É na perspectiva da importância do papel do jornalismo, e do telejornalismo em particular, nas convenções sociais que este estudo se inseriu. Nas complexas tramas dos sentidos produzidos e amplamente difundidos pelo telejornalismo e consumidos na sociedade é que as implicações do jornalismo na cultura se mostram mais evidentes e inquietantes. Este espaço é reconhecido como um dos mais capazes de revelar o processo de retroalimentação cultural e de valores contemporâneos. Ou seja, o processo que envolve o jornalismo e a sociedade tem a cultura – o sistema de valores – como um denominador comum, num movimento constante e dialógico de (re)produção, (re)significação e circulação. Tanto o jornalismo se inspira e se baseia em visões de mundo circulantes na sociedade, quanto esta em relação ao jornalismo.

Pensando nesta intrínseca relação jornalismo-formação de valores, certamente a notícia é o elo capaz de revelar essa imbricação. Em especial se considerarmos a notícia

Um sistema simbólico e entendermos que os relatos noticiosos por um lado são razão (*logos*), transmitem fatos históricos, mas por outros, são *mythos*, encerram subjetividades que dotam os acontecimentos de sentidos de passado e de futuro, do bem e do mal, do bonito e do feio, do que pode e do que não pode, sugerem difusas ideologias, estimulam desejos e utopias (MOTTA, 2006, p. 23)

Ao conceber a notícia como uma construção social (TRAQUINA, 2001), identifica-se um conjunto de elementos fundamentais para que um “fato” adquira o status de notícia. Para conhecer o processo de produção das notícias e, também, modos de construção da realidade, é fundamental acompanhar empiricamente as rotinas produtivas e perceber o processo de criação de significados envolvidos nestas tarefas e conjugados aos modos operativos e técnicos desta produção. Assim, os jornalistas, responsáveis pela transformação dos acontecimentos em notícias, são centrais. São

eles os elementos humanos, capazes de produzir significados a partir dos sentidos que determinados fatos lhes geram ou não; são eles os responsáveis por dar “vida” ao acontecimento pelo reconhecimento dos valores- notícias capazes de transformá-los em notícia (VEIGA, 2010). Entretanto, os valores-notícias foram compreendidos, ao longo da pesquisa, relacionados com os valores sociais, culturais e subjetivos dos jornalistas, como passo agora a discutir.

Do gosto à notícia: a presença da subjetividade nos critérios de noticiabilidade

Para conhecer proximamente o processo produtivo, a participação dos jornalistas e demais profissionais envolvidos na produção de notícias de um programa jornalístico televisivo de grande audiência, desenvolvi minha pesquisa de mestrado ao longo de onze semanas em um telejornal da RBS TV, ao qual atribuí o pseudônimo *Semanário*. Observando o grupo formado por cinco jornalistas³, e levando em conta os demais profissionais implicados nos processos produtivos das notícias⁴ no *Semanário*, procurava aprender sobre o complexo processo “que transforma matéria prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 2004, p. 180) culturalmente (in)formativo. Paulatinamente, fui percebendo que um fato precisava reunir determinados critérios para circunscrever-se ao perfil das notícias. Fundamentalmente, esses critérios precisavam fazer sentido para os profissionais e, nesse caso, os valores pessoais, sociais e profissionais desses sujeitos eram centrais.

As pautas eram discutidas nas reuniões do grupo e cada opção despertava minha curiosidade no sentido de perceber quais eram os elementos comuns, os valores-notícia presentes no acontecimento selecionado. Com o tempo, percebi que os gostos pessoais, visões de mundo e valores mais próximos das identidades sociais dos jornalistas eram fatores que apareciam nas disputas, argumentações, e até mesmo serviam de filtro nessas escolhas. Esses gostos, decorrentes da subjetividade dos interlocutores, eram elementos que pesavam na seleção das pautas. E muitas vezes essas visões de mundo apareciam como parte dos valores-notícia, como pretendo demonstrar.

A subjetividade no processo seletivo desvelara-se pela manifestação do gosto pessoal como justificativa de seleção de uma pauta. A primeira vez que me dei conta disso foi num dia em que aguardava o início da reunião de pauta acompanhando Kauã⁵ na ilha do *Semanário*.

[redação, ilha *Semanário*] Perguntei para Kauã se ele havia recebido meu e-mail com uma sugestão de pauta. Ele disse que não, e pediu que eu mandasse

3 O programa estava composto por dois editores-chefes interinos, dois apresentadores (que também produziam textos) e um editor de textos (que também era produtor) como principais membros da equipe.

4 Diretores, chefes de redação e de produção, setores operacionais, editores de imagem, etc

5 Kauã é o pseudônimo adotado para denominar o jornalista produtor e editor de textos do programa.

novamente porque ele podia ter deletado. Eu havia mandado para Kauã, no dia anterior, uma **matéria sobre um casal de lésbicas que tinha tido uma filha biológica**, num caso inédito de reprodução surgida a partir da fecundação do óvulo de uma das parceiras que foi gerado no corpo da outra. O assunto estava sendo muito discutido na mídia nacional, então encaminhei para Kauã. Pergunto para ele se posso utilizar um dos computadores da empresa para reenviar o e-mail e ele concorda. Envio. Quando ele abre o e-mail e vê do que se trata, diz: **a palavra é não. Não gosto disso! E deleta a mensagem.** Fiquei meio atônita com a forma como ele reagiu, pois ele pareceu realmente incomodado com o tipo de assunto, manifestando o desgosto inclusive na entonação da voz e na expressão do rosto. De todo modo, foi uma pista sobre o tipo de assunto que parecia incomodá-lo (Diário de Campo, doravante DC, 17/03/09).

A manifestação da contrariedade e repúdio de Kauã a essa sugestão de pauta, expressa pela frase “não gosto disso” e pelas atitudes corporais dele, foi pra mim uma declaração de que os gostos pessoais apareciam em algum momento da produção das notícias. Nesse caso, o “gosto” do editor de texto foi um filtro, e a sugestão sequer chegaria a ser discutida no grupo.

Como já estava observando o processo produtivo buscando identificar os valores-notícia presentes nos temas sugeridos, e, entre estes valores, os que mais prevaleciam, o filtro de uma sugestão de pauta justificada pelo “gosto” pessoal despertou minha atenção. A partir daí, passei a observar se aquele era um fato isolado ou se de algum modo os demais jornalistas expressavam suas preferências em outros momentos. E assim fui descobrindo que não só os gostos, mas as visões de mundo estavam manifestas nas diversas etapas do processo.

Pude verificar que assuntos com aspectos próximos às trajetórias pessoais e matérias que interessassem pessoalmente algum dos profissionais teriam maior probabilidade de se tornarem pauta e virarem notícias. Não há propriamente novidade nessa constatação uma vez que, via de regra, diversos estudos constataram essa relação entre jornalista e pauta. Há jornalistas “mais sensíveis a determinadas pautas” do que outros. Entretanto, com o objetivo de demonstrar minha percepção sobre a relação entre gosto pessoal e critério de noticiabilidade, trago alguns exemplos dessa relação.

A identificação das pautas com seus proponentes e executores, em geral, podia ser percebida nas matérias. Quitéria⁶, por exemplo, tinha verdadeira “paixão” por cachorros, e vivia se referindo aos seus, chegando, numa ocasião, a fazer referência a sua participação em campanhas beneficentes relacionadas a esta causa. Matérias sobre animais eram imediatamente pensadas para ela. E ela, do mesmo modo, candidatava-se à sua execução:

[Local do café e do cigarro] Kauã conta para Quitéria que esteve no banco [...] e encontrou Cristina Todeschini na fila. Ele conta que falou para Cristina que na quinta-feira não tinham nada de pauta, estavam desesperados e que **Quitéria teria solucionado tudo, sugerindo e produzindo na mesma hora**

6 Apresentadora e também editora de textos e repórter, há dez anos no programa na ocasião da pesquisa.

uma pauta (a dos cachorros). Quitéria diz: *Eu falei minha gente, cachorros; cachorro é comigo!* (DC, 20/04/09)

Kátia⁷, que anteriormente trabalhara em programas da empresa mais relacionados à história e a documentários, e em geral costumava revelar-se atraída por esse tipo de pauta. Em pelo menos três matérias, percebi a defesa de Kátia pelo sentido que estas pautas lhe faziam. Uma foi sobre a enchente de 1941, que ela fez questão de roteirizar e editar com perfil de documentário e resgate histórico inspirado em um livro de um jornalista gaúcho; outra foi uma sugestão de pauta que veio do interior, que informava sobre a existência de novos animais na fauna gaúcho revelados numa pesquisa prevista para se tornar um documentário que seria exibido nas escolas. Kátia teria recebido e gostado dessas informações e as tornou uma sugestão de pauta, dedicando-se a possibilitar que a mesma se tornasse uma notícia no programa. Kátia também defendera arduamente a manutenção de um notã⁸ sobre a morte da historiadora Sandra Pesavento, considerada pelos demais integrantes da equipe como pouco conhecida, e que foi editada e exibida depois de muita argumentação por parte de Kátia junto aos colegas e a Denis⁹.

As preferências pessoais dos jornalistas no processo de escolha na produção das notícias também mantinham relação com os valores sociais e visões de mundo destes. Em diversas situações pude conferir a existência de critérios subjetivos dos profissionais em suas escolhas, afinidades com pautas e notícias e, mais especificamente na relação com os valores-notícia, que

São critérios de selecção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redacção. [...] funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais. [...] Na realidade, os valores-notícia estão continuamente presentes nas interacções quotidianas dos jornalistas na sua cooperação profissional. Mas, mais ainda, constituem referências, claras e disponíveis, a conhecimentos partilhados sobre a natureza e os objectos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração dos noticiários. Os valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído (GOLDING e ELLIOTT apud WOLF, 1995, p. 175-176).

Foi a partir da percepção das relações entre visões de mundo e critérios de noticiabilidade que comecei a identificar que os valores-notícia estavam permeados dos valores sociais e da subjetividade dos jornalistas, numa intrínseca e sutil relação que se estabelece de forma inconsciente nas tomadas de decisão. A ligação entre a

⁷ Editora-chefe interina no período da pesquisa, estava há três meses no programa.

⁸ Notã é o nome fictício que atribuo a um dos tipos de matérias feitas no programa, que em geral são curtas, com imagens, e dizem respeito aos fatos do dia. Não utilizarei a nomenclatura original para não revelar mais sobre o programa.

⁹ Pseudônimo do gerente de telejornalismo da empresa na ocasião da pesquisa.

cultura profissional e o plano de valores da sociedade começava a se desvelar mais claramente.

Em assuntos onde marcadores sociais eram mais evidentes, os juízos de valor que conduziam as escolhas se evidenciavam. Em propostas de pauta nas quais a sexualidade aparecia “fora dos padrões”, por exemplo, o estranhamento manifestava-se como filtro:

[reunião de pauta] [...] Antônio diz: **Andaram me sugerindo fazer uma matéria sobre swing. Mas eu sou contra isso, contra. Já deixou de ser popular pra virar apelativo!** Ele fala enfaticamente, gesticula, **mostra-se contrariado por esse tipo de prática.** Quitéria concorda: **Na minha opinião, não, não devemos fazer.** Ela argumenta que **é muito diferente** do que foi feito com as modelos [matéria sobre modelos que posam para sites sensuais], que a matéria das modelos teria sido algo no “**limite**”, e que isso estaria dentro do “**aceitável**” (DC, 11/05/09).

Em outras ocasiões, os juízos de valor sobre o marcador sexualidade também apareceram. Uma reportagem feita por Kauã sobre os freqüentadores noturnos dos parques de Porto Alegre em que vários grupos, entre eles homossexuais masculinos, travestis e garotos de programa foram personagens centrais, foi uma das mais ilustrativas dos valores sociais que orientavam meus interlocutores. Apenas para ilustrar, trago fragmentos de diários de campo que dão uma certa dimensão das visões de mundo dos profissionais sobre os principais personagens da matéria, bem como sobre o impacto e estranhamentos que esta matéria gerou também em outros jornalistas dos demais programas.

[restaurante, eu e Antonio conversávamos sobre a matéria dos parques que Kauã está produzindo] Digo que o material que Kauã está produzindo sobre os parques poderia render uma matéria sobre travestis. [...] Na seqüência da conversa, **sobre a homossexualidade e sobre as travestis**, Antonio diz uma coisa que chama minha atenção. Ele diz: **Eu não acredito que essas pessoas não sofram, não queiram ter uma família.** Eu digo que no caso das travestis, elas formam novas famílias quando se investem dessa identidade com seus companheiros e muitas vezes até filhos adotivos. E que o mesmo também acontecia com os homossexuais masculinos e femininos, que formavam outros tipos de família. Antonio parece se surpreender com meus argumentos, e a impressão que me dá é que quando se refere à família, refere-se apenas ao tipo convencional de família e que mesmo estas outras formações familiares não dariam conta dessa possível “falta de família” a que ele se referiu. Quando volto pra redação, para acompanhar Kauã na decupagem, comento com ele que sugeri a Antonio que se fizesse uma matéria sobre travestis. Ele me olha, contrariado, e diz: **Não incentiva o Antonio, senão esse vai ser o jornal das aberrações.** Depois, volta para a decupagem. Na sonora um dos entrevistados diz que era gay, e afirma que há diferença entre as pessoas que freqüentam o Parcão e os que freqüentam a Redenção à noite; que no Parcão o nível era melhor. Kauã comenta essa fala do entrevistado: **Isso eu achei horrível. São tudo puto igual** (DC, 30/04/09).

Chamo a atenção para alguns trechos do excerto de Diário acima, que dizem respeito ao juízo de valor expresso por meus interlocutores. Cabe informar que Antonio era evangélico. Durante nossa convivência, pude verificar que seus valores a respeito de família em muito tinham a ver com o padrão normativo vigente (famílias consti-

tuídas por casais heterossexuais, baseadas em laços de sangue, etc.) em consonância com sua prática. Do mesmo modo, a homossexualidade causava estranhamento em Kauã, que, no mesmo dia em que almoçamos juntos no shopping, identificou e apontou casais homossexuais que ali estavam e me disse: ***eu não consigo me acostumar com isso. Olha só, naquela mesa tem um casal de mulheres namorando, e esses dois caras são um casal de gays fazendo compras. Eu não me acostumo com isso*** (DC, 21/04/09). O estranhamento de Kauã tinha como pano de fundo seus valores sociais e pessoais, que o faziam chamar de “aberrações” os tipos de pauta que envolvessem sexualidades diferentes da norma, ou seja, como um sinônimo de anormalidade, expresso na frase como um juízo de valor. Antonio e Kauã, como a maioria dos interlocutores com quem tive maior proximidade, pareciam partilhar dos valores sociais hegemônicos de gênero e sexualidade e, deste modo, suas visões de mundo pareciam corresponder às visões hegemônicas a respeito da sociedade, como, por exemplo, as noções de família, bem como de normalidade e anormalidade na sexualidade. Nesse sentido, o estranhamento fazia jus ao modo como concebiam essas “verdades”, e desta forma, orientava muito mais do que o olhar sobre a sociedade, mas, fundamentalmente, seus valores estavam presentes nos processos de produção das notícias. Achar que “essas pessoas” sofrem por falta de família não é apenas o mesmo que não conceber outros arranjos familiares. É também um juízo de valor que, cedo ou tarde, pode aparecer como um filtro, como aconteceu com Kauã. Do mesmo modo, achar “horrível” a distinção de classe entre homossexuais por entender que “são tudo puto igual” demonstrou um descrédito baseado em preconceitos, calcados em marcadores sociais, que acabaram aparecendo durante o processo de produção desta matéria.

Depois da exibição da matéria sobre os parques, outros profissionais da empresa, que não eram integrantes do programa, também manifestaram suas impressões. Uma delas me chamou atenção, pois além de ser completamente diferente de todas as outras opiniões que ouvi, denotava a subjetividade quanto a valores muito diferentes dos já manifestos:

Percebo que os integrantes do *Semanário* estão na correria e que não vão jantar. Resolvo ir sozinha para o restaurante. Quando já estou sentada, chega Santiago Zaar, editor de textos do *Variedades* e do *Realidade*, e fica comigo na mesa. Santiago me pergunta sobre meu projeto; lhe falo, entre outras coisas, que minha idéia é tentar perceber em que medida as concepções de gênero dos jornalistas permeiam as matérias. Ele me pergunta se acho que vou ver isso nas matérias. Digo a ele que sim, mas que uma matéria que acompanhei me causou surpresa no final, pois não fez jus a tudo que percebi no processo, mas que teria que vê-la com calma. Santiago me pergunta: *Foi a matéria do Parque?* Eu respondo que sim. Santiago conta que havia perguntado ao Ilton o que ele tinha achado desta reportagem, e que Ilton teria dito que a matéria não tinha emitido juízo de valor. Santiago diz que argumentou para Ilton que a matéria tinha ficado **muito centrada nos homossexuais, que não mostrou outras pessoas que igualmente devem fazer sexo no parque e que deve haver heteros entre essas pessoas. Afirma que não gostou do tratamento dado aos homossexuais, que a impressão que ficou foi que eles estivessem se escondendo, como quem faz algo de errado.** Acredita que a reportagem associou muito os homossexuais ao submundo e que isso abre margem para as pessoas ficarem julgando negativamente, dizendo “ah, são eles que fazem essas coisas, devem ser eles que passam AIDS mesmo.” Santia-

go acha que **isso pode gerar comentários de pessoas classe média**, que nas suas casas podem dizer: “ah, ficam aí nos parques, por isso que são mortos.” Acredita **que pode ter tido essa percepção porque ele é homossexual, e que se ele fosse o editor teria feito de outra forma. Santiago acredita que faz diferença quem edita, quem faz a matéria, e que por isso acha que se fosse ele quem tivesse editado, teria ficado diferente.** Me conta que já editou e ajudou a produzir uma matéria sobre homossexuais para o *Variedades* e que **abordou de outra forma o tema.** Diz que **algumas coisas acabaram passando no texto que ele editou porque também não se deu conta, como, por exemplo, usar o termo “escolha sexual”, “opção sexual”, que segundo ele, na verdade não se tratavam de escolhas** (DC, 10/05/09).

A conversa com Santiago foi muito ilustrativa das percepções que já estava tendo sobre as implicações da subjetividade na concepção e produção das notícias. E este editor manifestou muito claramente a diferença dos olhares, permeados por visões de mundo, sobre a ação de produzir uma notícia, muito semelhante ao que já se discute academicamente nos estudos de recepção, onde os sentidos gerados são múltiplos, variáveis e sempre relacionados ao que faz sentido e aos valores de quem recebe. Santiago, em sua análise, manifestou sua contrariedade sobre os contornos da reportagem que, segundo ele, acabava ratificando um lugar de marginalidade e clandestinidade aos homossexuais, e os possíveis impactos disso na sociedade. Ele atribuiu essa percepção à sua posição de sujeito, oriunda de sua identidade sexual e social. Este editor expressou claramente a importância da subjetividade nos processos de produção das notícias, e foi categórico afirmando que os contornos de uma notícia dependem dos valores sociais e pessoais dos profissionais envolvidos: faz diferença quem edita, quem faz a matéria. E complementa dizendo que mesmo ele, com suas vivências e forma de compreensão da homossexualidade, também acabava deixando “passar” coisas no próprio texto.

Eu percebia que existia de forma implícita ou inconsciente nos processos de escolha a dificuldade do exercício de alteridade nas ações humanas e também nas ações profissionais dos jornalistas. Neste universo, os profissionais também acabavam fazendo escolhas por se identificarem com algo que lhes fizesse sentido, e esse sentido, no processo criativo das notícias, se relevava como um fio condutor. Isso vai ao encontro do que diz Traquina, ao citar Ericson, Baranek e Chan: “um acontecimento deve ser reconhecível como *“eventful”*, isto é, como **significativo**, e, no entanto, relativamente claro no que significa” (TRAQUINA, 2005, p. 73, grifo meu).

Samuel¹⁰ também protagonizou uma discussão em que utilizou o adjetivo “aberração” como sinônimo de anormalidade e diferença:

[reunião de pauta] Antonio comenta a matéria sobre gordos que viu no Fantástico. Samuel diz que já tinha feito matéria sobre gordos: ***Isso foi no tempo que eu fazia matérias sobre aberrações. Fiz de gordo, de anão.*** Eles comentam que na matéria do Fantástico, mostraram que os gordos têm dificuldades em acessar algumas coisas públicas, como ônibus, por exemplo. Quitéria diz: ***Afinal, não se é gordo porque se quer, isso é doença.*** Samuel diz que acha que ***os gordos têm que querer emagrecer, e que é que nem parar de fumar.*** Quitéria acha que isso é ***preconceito.*** Quitéria e Samuel discutem a respeito da obesidade e divergem (DC, 27/04/09).

10 Apresentador e também repórter e editor de textos, há dez anos no programa.

Sugerir que gordos e anões são aberrações indica que tais pessoas estariam fora das normas-padrão de corpo, e ao sugerir a anormalidade destes corpos, marca a diferença com um juízo de valor concebido previamente, em valores sociais e subjetivos deste repórter, do mesmo modo como eram manifestados os valores subjetivos pelos demais. É importante destacar que a observação de um programa televisivo, espaço onde a construção coletiva das notícias é notório, pode-se melhor compreender o quanto o sistema de valores não apenas daquela “tribo” (TRAQUINA, 2005) específica, mas também os valores hegemônicos da sociedade são partícipes do processo de dar e criar significados nas notícias. Nas manifestações de juízos de valor que pude presenciar no cotidiano daquela redação, por ocasião dos processos produtivos das notícias, compreendia cada vez mais o quanto os jornalistas são sujeitos da cultura, e como tal partilhavam visões de mundo hegemônicas e eram pouco afeitos a realizar exercícios de alteridade, o que acaba por incidir diretamente na construção das notícias.

A partir da pesquisa, que resultou em aproximadamente 450 páginas de diários de campo provenientes da descrição densa empreendida como parte da técnica da observação participante, muitos dados relativos à incidência de valores sócio-culturais imbricados nos processos produtivos das notícias foram evidenciados. Neste artigo discuto apenas uma pequena parte de um dos cinco capítulos da dissertação que, entre outras questões, me fez perceber o quanto as convenções sociais hegemônicas (não apenas de gênero, sexualidade, mas de classe, geração, raça, entre outros) serviam de parâmetro de valor na construção social das notícias. Gostaria ainda de referir a relevância da escolha do método etnográfico, oriundo da Antropologia, para a realização desta pesquisa, fundamentalmente por propiciar a vivência empírica em consonância com a teoria metodologicamente assentada e com isso demonstrar-se revelador e de grande potencialização na produção do conhecimento.

Considerações finais

Paulatinamente fui entendendo que as notícias, assim como os repórteres, eram percebidas a partir de determinados atributos que correspondiam aos valores e marcadores sociais, tais como classe, raça, sexualidade, religião e, principalmente, gênero. E mais do que isso, estes marcadores estavam presentes em todos os processos seletivos e de hierarquização das notícias porque manifestos nos valores-notícia prevaletentes no programa. Observando-os durante a pesquisa, entendi que a subjetividade, lugar onde residem as visões de mundo, valores culturais e sociais dos indivíduos, é inconscientemente acionada durante os processos produtivos, tornando-se parte integrante dos valores profissionais da cultura jornalística. Isso implicava diretamente também na escolha de determinadas fontes e, fundamentalmente, nos discursos e visões de mundo a estas pertinentes, discursos estes que fa-

ziam fundamentalmente sentido aos próprios jornalistas. Não por acaso, as fontes e os discursos eram majoritariamente provenientes das instâncias de poder e de saber anteriormente mencionadas, assim como os próprios jornalistas serviam de fontes de consulta e saber legitimado.

A subjetividade nas escolhas superava a ingerência dos valores da própria empresa – cujas diretrizes não chegavam a cercear ou comprometer, de forma evidente, a criação profissional no processo de produção das notícias, e muitas vezes iam ao encontro das visões dos próprios profissionais. Percebi o quanto as notícias não são e nem poderiam ser objetivas, uma vez que os profissionais são humanos e como tal atribuem sentido ao que vêem, ao que escutam; reagem, se revoltam, ficam felizes, etc., possuem uma subjetividade que não fica “pendurada” em algum lugar em casa quando saem para trabalhar, mas os acompanha em todos os percursos da vida pessoal e também profissional. Começava a compreender que justamente os jornalistas eram os elos entre o jornalismo e a sociedade, pois são membros da cultura e como tal também são perpassados pelos valores sociais que fundam padrões normativos hegemônicos, valores estes que se imiscuem aos valores-notícia e estão intrinsecamente relacionados às próprias notícias. São estes profissionais aqueles capazes de dar sentido e a partir destes sentidos produzir significados nos processos noticiosos. A máxima “todo ponto de vista é visto a partir de um ponto” (BOFF, 1999) revelou-se como extremamente pertinente e reveladora dos processos noticiosos. Do que experienciei e interpretei na pesquisa, se a notícia tem “lado”, o “lado” da notícia é o jornalista: “Porque cada um lê e relê com os olhos que tem. Porque compreende e interpreta a partir do mundo que habita”. (BOFF, 1999)

Referências:

ALSINA, M. R.. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BOFF, L. **A águia e a galinha**. Uma metáfora da condição humana. Petrópolis: Vozes, 1999.

FISCHER, R. M. B. **O dispositivo pedagógico da mídia**. Modos de educar na (e pela) TV. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002.

HALL, S. *et. al.* A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

MOTTA, L. G. **Notícias do fantástico**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

TRAQUINA, N. **O estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Volume 2. Florianópolis: Insular, 2005.

VEIGA, Marcia. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. 2010. 250f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.