

Os interessados produzem e fornecem os fatos

Lorenzo Gomis*

Tradução de Camille Reis revisada por Eduardo Meditsch

Resumo

O artigo discute o papel das fontes interessadas na configuração das notícias, descrevendo a relação entre jornalistas e fontes como um campo de negociação de interesses. Aponta o papel mediador do jornalismo entre as fontes e o público, sustenta a pertinência do conceito de pseudoevento e analisa seus casos extremos, como a desinformação e o terrorismo. Por fim, aponta o sistema político como principal fornecedor de fatos à imprensa.

Palavras-chave

notícias – fontes de informação – informação política – fatos

*Professor catedrático de jornalismo na Universidade Autònoma de Barcelona, na Espanha. Foi coordenador editorial do jornal La Vanguardia e diretor da revista El Ciervo. É autor dos livros El Medio Media: La función política de la prensa; Teoria dels gèneres periodístics e Teoria del periodismo: cómo se forma el presente.

Os fatos não se apresentam sozinhos às mãos dos atarefados jornalistas encarregados de escolhê-los para publicá-los ou jogá-los no lixo. Nem tampouco, em regra geral, foram buscados com afã por repórteres que fumam cachimbos, apesar disso acontecer às vezes. A regra é que os fatos a que se dará forma de notícia foram previamente escolhidos e isolados dos processos, de alguma “ação em marcha”, pelos interessados em que o fato seja conhecido.

Como disse Walter Lippmann (1969), “a informação é tão difícil de ser obtida que está muito além dos recursos da imprensa diária”. Se não fossem os interessados em que algo seja publicado, muitas notícias não apareceriam nunca. A isso há que acrescentar que, no caso dos noticiários de televisão, somente 2% das películas refletem diretamente fatos imprevisíveis, o que leva a uma ampla cobertura de atos anunciados (entrevistas coletivas, intervenções parlamentares, discursos) (Epstein, 1974). A regra é, portanto, que a fonte fundamental das informações são os interessados em que alguns fatos sejam conhecidos, seja por meio de uma comunicação direta de notícias ou por uma programação habitual de atividades.

As fontes espontâneas das notícias

Existem várias razões que explicam porque isto tem sido assim. Os jornais e os demais meios têm custos, mas raramente pagam para obter

Se não fossem
os interessados
em que algo
seja publicado,
muitas
notícias não
apareceriam
nunca

uma informação concreta, com exceção das revistas ilustradas. Tampouco a fonte normalmente paga para conseguir que algo que lhe interessa seja publicado ou difundido. Bastaria recorrer aos anúncios, ou dar uma ordem a uma agência para que o meio difunda o que o anunciante quer, mas não nos espaços de informação, nas páginas de notícias ou nos noticiários. O fornecimento de fatos é gratuito. Isto é, os que os produzem não cobram para comunicá-los aos meios, nem às agências de notícias que os recolhem e difundem. Nem as fontes cobram por contá-los, nem os meios por publicá-los.

O acordo entre o meio que precisa de notícias e a fonte que deseja que se saiba algum fato passa pelo conceito de notícia. Aquele fato tem que ser notícia. Se o é, a fonte in-teressada presta um serviço ao público ao torná-lo conhecido e faz um favor ao meio, posto que lhe oferece informação, que é do que o meio de comunicação vive. Se o fato é notícia, não se supõe que o meio de comunicação o difunda para favorecer a imagem da fonte noticiosa ou prejudicar adversários políticos ou econômicos dessa mesma fonte, mas simplesmente porque aquilo é notícia, um fato que interessa ao público conhecer.

Não é qualquer fato que é notícia, como temos visto. Portanto, os que promovem

ações ou planejam metas que desejam alcançar, esperam o momento em que se produz, nesses processos, um fato que reúna as condições de notícia, que possa ser apresentado como algo interessante e significativo, capaz de fazer alguém soltar um impropério ou ao menos de aparecer comentado em uma conversa. Então se pode convocar uma entrevista coletiva, convidar os setoristas do tema nos meios para almoçar, oferecer um furo ou um off a um meio de comunicação bem situado, chamar confidencialmente um amigo que está em uma agência de notícias: a fonte tem uma notícia e a oferece. Os meios pegam essa notícia e se encarregam de lhe dar forma adequada e de difundi-la.

Outra razão para agradecer a participação das fontes interessadas é que os meios privilegiavam o imediato. Algo que aconteceu ontem é mais notícia do que o que aconteceu há uma semana. E mais notícia ainda é o que vai acontecer amanhã. Como em tão pouco tempo dão a volta ao mundo fatos que acontecem em lugares distantes? A rapidez da circulação das notícias se explica em parte por razões técnicas, mas fundamentalmente porque o fato é dado a conhecer em seguida por algum interessado em que se torne conhecido.

Esse acordo é algo habitual e tácito. Os poderes públicos e as demais grandes fontes habituais de notícias são organizações de produção de fatos que dispõem também de abundantes

Os meios
estão
tecnicamente
interessados
em entrar
em contato
com as fontes
oficiais, e
difusamente
obrigados a
dar atenção a
elas

canais de comunicação: porta-vozes, gabinetes de imprensa, etc. E as organizações que vivem da notícia, por sua vez, buscam essas fontes para encher os espaços da programação diária. Os meios estão tecnicamente interessados em entrar em contato com as fontes oficiais, e difusamente obrigados a dar atenção a elas. As fontes oficiais fornecem notícias esperadas e inesperadas, oferecem furos e facilitam conhecimentos amplos que fazem mais completo e seguro o trabalho dos jornalistas, ao explicá-lhes o que há por trás das notícias.

A relação entre jornalistas e fontes na produção de notícias foi estudada por Leon V. Sigal (1973). Uma análise de conteúdo de um período de 20 anos revelou que quase 60% das notícias chegavam através de canais habituais (de rotina), tais como declarações oficiais, entrevistas e notas para a imprensa, que estão sujeitos ao controle da fonte oficial informante. Os funcionários e altos cargos do governo, tanto americanos quanto estrangeiros, constituíam mais de três quartos das fontes noticiosas.

Para atualizar este e outros estudos semelhantes Brown, Bybee, Wearden e Straughan (1987) empreenderam uma investigação cujos resultados publicaram no *Journalism Quarterly*. A pesquisa levou em conta um período situado em 1979 e 1980 no *New York Times*, no *Washington Post* e em quatro diários da Carolina do Norte. A situação havia mudado pouco

em um decênio. As notícias de capa, tanto nos grandes diários como nos locais, e mesmo também nos despachos de agência, se baseiam em geral nas fontes governamentais. Muitas dessas fontes aparecem tão veladas que dificilmente pode saber-se algo de sua identidade. A isto se acrescenta os canais habituais, como coletivas e notas para a imprensa (releases). Até a metade das fontes não apareciam identificadas. Os autores chegaram à conclusão de que os meios de comunicação têm menos controle da pauta que apresentam do que pensam, e que ao aceitar o anonimato das fontes se perpetua a invisibilidade dos realmente poderosos.

Isso não é só comprovado nos grandes meios, mas também nos pequenos meios de comunicação locais. Maria Pilar Lopes Rodriguez (1988), em um trabalho sobre as motivações das fontes informativas locais para fornecer dados aos meios de comunicação, resume o interesse das fontes informadoras ativas (as que mostram vontade comunicativa em relação ao jornalista) em que os dados que fornecem apareçam nos meios de comunicação. No que diz respeito às instituições públicas, as motivações podem ser:

a) Consolidar ou incrementar seu prestígio como instituição;

b) A “obrigação moral” das instituições públicas de manter a sociedade informada sobre suas atividades (no fundo, isso também ajuda

Os autores chegaram à conclusão de que os meios de comunicação têm menos controle da pauta que apresentam do que pensam, e que ao aceitar o anonimato das fontes se perpetua a invisibilidade dos realmente poderosos

a aumentar seu prestígio);

c) Denunciar outra instituição através de uma informação negativa sobre ela;

d) “Ganhar a simpatia dos jornalistas” para que não escrevam nada que possa prejudicar o bom nome da fonte.

No caso das instituições privadas, ao interesse de aumentar o próprio prestígio ou de diminuir o de outra instituição se soma o interesse econômico da promoção (atraindo uma maior afluência de público para lojas, bancos, teatros, etc). E no que diz respeito às fontes particulares, conta também a capacidade que os meios têm de conferir status e o interesse em assinalar um problema para que as autoridades competentes o resolvam ou para que a sociedade tome consciência dele.

A seleção das notícias, por outro lado, é regida por princípios de neutralidade e universalidade: pode entrar tudo e tudo será comunicado em tom informativo, reprimidos linguisticamente os afetos que o fato desperta no informador, e sem classificar a notícia como boa ou má. Essa impassibilidade profissional com que os meios difundem os fatos que previamente selecionaram não significa que a origem da notícia não seja geralmente interessada, e inclusive que esse interesse explique por que aquele fato se difunde naquele momento. Mas, pelo contrário, contribui para velar ou dissimular esse interesse da fonte informante. Os

meios fazem a mediação entre os que produzem os fatos e o público, e se sentem obrigados a respeitar os dois lados. A imagem da atualidade é uma combinação dos fatos que as fontes interessadas (às vezes contrapostas) fornecem e a impassibilidade e relativa neutralidade com que os meios os apresentam, pensando no público ou na audiência.

As fontes formam parte da audiência

Ler as notícias com inteligência é se perguntar quem contou o fato e com que interesse. Pois o interessado muitas vezes não aparece na notícia. Os meios falam de fontes “autorizadas” – que com frequência caem no incógnito e cuja “autoridade” não é justificada com maiores dados –, de “meios diplomáticos”, de “fontes próximas” a tal instituição ou a determinada pessoa. A responsabilidade dos meios está em verificar o fato e contrastá-lo, para o que é freqüente perguntar não só a quem beneficia, mas também a quem prejudica. A notícia é uma interpretação de um fato, mas a interpretação da notícia se faz melhor se nos perguntarmos a quem beneficia ou prejudica, como pista para averiguar quem pode ser a verdadeira fonte.

Como observa Gans (1979), as fontes formam também parte da audiência. Para que o fato passe da fonte à audiência – onde também está a fonte – é preciso que penetre, graças a sua condição de mercadoria desejada, ou seja, de notícia, no terreno dos meios. Isso se dará

A notícia é uma interpretação de um fato, mas a interpretação da notícia se faz melhor se nos perguntarmos a quem beneficia ou prejudica, como pista para averiguar quem pode ser a verdadeira fonte

mais facilmente se a fonte está introduzida neles. “Por exemplo, as fontes não podem oferecer informação até que estabeleçam contato com algum membro de uma organização de notícias; e essa organização escolherá a fonte se a considera adequada para sua audiência, independente do fato de que o meio tenha sido escolhido pela fonte que quer transmitir informação a uma audiência. As fontes são uma parte importante da audiência, sobretudo em Washington. A audiência é, também, não só receptora de informações, mas também uma fonte de renda para a empresa de notícias. Na medida em que se deve manter sua fidelidade, a conduta do meio chega a ser modificada até no uso das fontes. Fontes, jornalistas e audiência coexistem em um sistema, ainda que mais de um organismo funcionalmente inter-relacionado lembre um constante vai e vem”.

A seleção de informações, para Gans, responde a dois processos: um determina a disponibilidade da fonte e vincula os jornalistas com as fontes acessíveis; o outro determina a conveniência ou adequação das notícias e liga os jornalistas com as audiências. Como se tem observado, existem minorias ou elites que reúnem facilmente os dois critérios para a seleção de fontes que Gans considera. Estão disponíveis e são acessíveis, uma vez que depende delas pôr-se ao alcance dos jornalistas, como as “fontes autorizadas”. E resultam adequadas, pois dada sua situação

nos sistemas de poder, estão em condições de oferecer muita informação interessante e gratuita.

Deste modo, a matéria prima da informação jornalística não está inicialmente nas mãos dos informadores profissionais, sendo que estes dependem de algumas fontes que têm o poder de mandar, de seguir mandando e de deixar de mandar (Lopez-Escobar, 1987). Os meios podem conseguir que uma informação chegue ao grande público, mas para obtê-la dependem de algumas fontes que sabem mais que o informador e que a primeira coisa que costumam exigir é que este mantenha em sigilo a fonte que lhe informa. Curiosamente, quanto maior e de mais prestígio é um jornal, mais utiliza fontes anônimas (Culbertson, 1978). Enfim, os jornalistas são os mediadores entre as fontes que lhes fornecem os fatos e os meios de comunicação em que trabalham e que decidirão por sua vez se vão mediar entre a fonte que forneceu o fato e o jornalista que lhe deu forma, de um lado, e a audiência ou o público, de outro.

Fontes, Meios de Comunicação e Público

Fontes, meios e público dependem um do outro e cooperam um com o outro, mas sempre com uma certa dose de desconfiança em suas relações. Cada um busca o seu interesse. A difusão dos fatos começa por iniciativa daqueles que esperam ganhar algo com ela, passa logo

Fontes, meios
e público
dependem
um do outro e
cooperam um
com o outro, mas
sempre com uma
certa dose de
desconfiança em
suas relações.
Cada um busca
o seu interesse

pela peneira profissionalmente universal e neutra dos meios de comunicação – o que não impede dissimuladas cumplicidades com a fonte – e chega a um público variado, onde estão também as fontes, que quer saber de graça ou por um preço módico tudo o que se passa, o que faz todo o mundo agora mesmo ou pouco menos que isso. Essa amplitude e variedade do público é o que protege e justifica a adoção dos princípios de universalidade e neutralidade pelos meios. E a fidelidade a esses princípios dá maior ressonância aos fatos oferecidos, interessadamente, pelas fontes.

No entanto, a difusão de um fato com o objetivo de que provoque um efeito na audiência não é garantia de que o efeito pretendido seja alcançado efetivamente. As fontes mesmo ficam freqüentemente contrariadas. Os fatos são sempre mais ou menos ambíguos e as normas de redação – a aplicação dos princípios de universalidade e neutralidade – reforçam essa ambigüidade. Se cada um julga uma feira pelo que ocorreu na sua estada nela, um mesmo fato produzirá um efeito distinto em cada observador. Essa diferença de apreciação se colocará de manifesto na conversação e, em geral, nos comentários. Aí o princípio que prevalece é o da preferência. Todo mundo preferiria que o fato que se comunica haja ocorrido realmente ou não, tenha tal ou qual significação e vá ter tais ou quais repercussões. Os fatos aparecem

nos comentários muito diferentes de como as fontes os viam.

Além disso, como observava Walter Lippmann (1969), o único sentimento que uma pessoa pode experimentar sobre fatos não vividos é o sentimento que desperta nela a imagem mental que se faz do fato. Entre o homem e o ambiente real se interpõe um pseudoambiente, a imagem que ele faz das coisas, o que supõe que está se passando, a versão simplificada e simbólica da realidade que lhe serve para entendê-la. O comportamento do homem responde a esse pseudoambiente, porém como é um comportamento efetivo, as conseqüências, se são atos, ocorrem não no pseudoambiente onde o comportamento encontra seu estímulo, mas sim no verdadeiro ambiente onde se desenrola a ação.

O pseudoambiente em que vive quem tem interesse em que um fato seja conhecido pode diferir muito dos pseudoambientes de boa parte da audiência, e é aí que se cometem os erros quanto aos efeitos na opinião pública do conhecimento do fato. Além disso, as circunstâncias mudam continuamente e o efeito imaginado não é mais o mesmo no momento em que se produz efetivamente, quando o fato é conhecido. Pois nenhum fato se difunde sozinho. O fato que se anuncia antes e a notícia que lhe sucede no noticiário ou que está na página ao lado podem provocar efeitos que modifiquem - mais ou menos - os que o fato difundido interessa-damente

O pseudoambiente em que vive quem tem interesse em que um fato seja conhecido pode diferir muito dos pseudoambientes de boa parte da audiência, e é aí que se cometem os erros quanto aos efeitos na opinião pública do conhecimento do fato

pela fonte provoca.

A isto se acrescenta, além do mais, que nenhuma fonte é única. Também os que levam adiante ações em sentido contrário, ou divergentes, estão atentos aos fatos que lhes podem beneficiar, e se apressarão a comunicar como notícia aquele fato que pode provocar no público uma imagem presumivelmente favorável. E assim, na mesma edição de um meio coexistem fatos difundidos por grupos contrários com interesses opostos. Claro que um meio pode prestar maior atenção a um fato que goste mais e deixar em segundo plano o que goste menos – convencido inclusive de que é menos interessante ou menos importante, ou ambas as coisas – mas se os dois fatos aparecem logo nas conversações e nos comentários do público, ali podem mudar as significações, pois o público não é um receptor passivo dos fatos que lhe são contados, sendo que os digere segundo suas próprias necessidades, os adota ou repudia, e em todo caso os interpreta a seu modo.

Com o que, a partida se torna mais apaixonante, os grupos em disputa redobram seus esforços para apresentar fatos que lhes convenham, os meios encontram público para eles e o público comenta os fatos e, ao comentá-los, modifica sua significação e provoca a aparição de novos fatos que venham a alterar o panorama.

Os pseudoeventos e a desinformação

Neste ponto resulta uma conclusão lógica a aparição de que Boorstin (1971) chamou de “pseudoeventos”. É realmente necessário esperar que um fato favorável se produza? Não resulta natural adiantar-se e provocá-lo? E assim aparecem fatos que não se produziram se não houvesse meios dispostos a dar-lhes ressonância, fatos que se produzem precisamente para que sejam notícia. Boorstin chama “pseudoevento” o “novo tipo de atualidade sintética que invadiu nossa vida cotidiana”. O pseudoevento ou pseudofato é “pseudo”, falso, inclusive feito para enganar, mas nem por isso deixa de ser evento, fato, e transmitido como notícia por verdadeiros atores em cenários verdadeiros. E assim o pseudoevento (Boorstin, 1971), captado no pseudoambiente (Lippmann, 1969) em que cada um de nós vive, produz verdadeiros efeitos no cenário real.

Como exemplo de pseudoevento Boorstin dá a receita, citada por um manual de relações públicas, que um hotel adotou nos anos 20 para realçar seu prestígio e melhorar o negócio. Em vez de contratar um novo chefe de cozinha, melhorar as instalações sanitárias ou colocar um grande espelho no vestíbulo, decidiu seguir os conselhos de um expert e organizar uma cerimônia comemorativa dos 30 anos de fundação do hotel. Formou-se um comitê de pessoas distintas e se preparou um “acontecimento”: um banquete.

te. Celebrou-se a cerimônia, foram publicadas fotografias do ato e a imprensa se ocupou dele. Todo mundo falou do hotel elogiosamente, como uma instituição respeitável.

Claro que se o hotel fosse muito ruim, o pseudoevento não seria possível e não se teria encontrado com facilidade as pessoas necessárias para formar o comitê. Mas se já fosse uma instituição suficientemente conhecida e apreciada e seus quartos tivessem estado constantemente ocupados não haveria necessidade de consultar um expert e este de sugerir um banquete. O pseudoevento ajuda uma instituição real a aparecer como o que pretende ser: é uma profecia que se cumpre ao pronunciar-se. E a condição de seu cumprimento é a existência dos meios de comunicação e a penetração neles.

O pseudoevento tem algumas características, que o mesmo Boorstin descreve. Não é um fato espontâneo, mas sim previsto, suscitado ou provocado. Será uma entrevista, mais que o descarrilamento de um trem ou um terremoto. O objetivo costuma ser o de que o fato seja contado ou registrado. A difusão será a medida do êxito. A informação pode ser escrita de antemão para sua difusão posterior. Suas relações com a situação real são ambíguas e se as pessoas se perguntam o que queria realmente dizer a pessoa entrevistada, tanto melhor. O enigma favorece o comentário e, com ele, a penetração e a duração da notícia. Graças à celebração de

O pseudoevento
ajuda uma
instituição real
a aparecer como
o que pretende
ser: é uma
profecia que
se cumpre ao
pronunciar-se

seu trigésimo aniversário – no exemplo citado – o hotel adquiriu o caráter de instituição respeitável que pretendia.

Do terrorismo à entrevista coletiva

A avaliação que se faz de tais pseudoeven-
tos costuma ser negativa, e em muitos casos
não há dúvida de que viveríamos melhor sem
eles. O caso mais óbvio é o do terrorismo. Os
atentados que os terroristas produzem muitas
vezes não têm como objetivo privar da vida um
inimigo da organização, mas basicamente con-
seguir que o fato que provocam afete a opinião
pública através da atenção que os meios lhes
prestam. A imagem de sangue e desconcerto
provoca na sociedade o que o terrorismo quer
provocar, o terror, de que unicamente se bene-
ficia a organização, que cresce como parasita
dos meios. É significativo que seja a mesma
organização que ponha a bomba a que avise
e noticie o fato e o atribua como próprio. O
mais poderoso dos ditadores aparece ante a
opinião freqüentemente em tais casos como
um ser indefeso e impotente e até para as
democracias é trabalhoso manter a serenida-
de em tais casos. No seio de alguma antiga e
aparentemente sólida democracia não faltará
inclusive quem se pergunte por um momento
se não deve demitir o ministro do Interior, em
vez de exigir, como seria mais lógico, que se de-
mita o número um da organização terrorista.

Os atentados que
os terroristas
produzem muitas
vezes não têm
como objetivo
privar da vida
um inimigo da
organização, mas
basicamente
conseguir que
o fato que
provocam
afete a opinião
pública através
da atenção que
os meios lhes
prestam

É o desconcerto que as organizações terroristas
tratam de produzir.

Conjetura-se que se os meios não dessem notí-
cias de um atentado, este perderia a maior parte
de seu alcance. E é verdade. Mas também se tem
dito, em sentido contrário, que a sociedade deve
conhecer o que se passa para reagir e controlar
sua própria ação e que, se silenciasses os atos
de terror, a sociedade ignoraria a realidade em
que vive ou só a conheceria pela via ainda mais
perigosa e incontrolável do rumor. E assim a
informação é o preço que uma sociedade paga
a seus terroristas para seguir tendo domínio
da situação, graças ao conhecimento público da
realidade em que se vive e à confiança de que
os fatos não estão sendo ocultados.

Uma observação atenta indica, no entanto,
que a sugestão do terrorismo atrai algo mais
que a pura informação dos fatos. Isso é certo
especialmente no caso da rádio e mais ainda
da televisão. Não são só os fatos, mas as inten-
ções, os propósitos, de algum modo o mistério, o
que atrai o meio e o leva a apresentar grandes
reportagens em que aparecem – às vezes com
rostro descoberto, às vezes escondidos – os di-
rigentes de uma organização terrorista, esses
seres misteriosos que se não fosse pela televisão
não veríamos, ou seus porta-vozes legais. Com-
preende-se a iniciativa do governo britânico e
de sua primeira-ministra, Margaret Thatcher,
aprovada pelo parlamento britânico no outono

de 1988, que propôs impedir tais aparições. Como observou acertadamente Pedro Orive (1988), o fenômeno terrorista é, antes de tudo, um “espetáculo televisivo”, e tal é seu apelo na tela que é um dos poucos momentos em que os receptores de mensagem deixam de lado as tarefas domésticas ou de qualquer tipo para acompanhá-lo.

O terrorismo é, no entanto, um fenômeno singular no repertório dos pseudoeventos provocados para penetrar nos canais de comunicação de massa. E, em que pese os abusos que se pode cometer e os extremos a que se pode chegar, o pseudoeventos se converteram, como observa Bagdikian (Davision y Yu, comps., 1974), em um instrumento racional e necessário. Uma entrevista coletiva é um pseudoevento e, no entanto, ninguém contesta o fato de que o chefe de um governo ou qualquer autoridade menor convoque uma entrevista coletiva que converta o que ele disser em notícia – talvez a manchete do dia. O corte da fita para inaugurar uma ponte ou um túnel é igualmente um pseudoevento. E as visitas políticas e diplomáticas, as viagens e as entrevistas têm muito de pseudoeventos. O que acontece é que mais habitualmente se fala de pseudoevento quando se trata de grupos marginais que provocam manifestações, interrupções no tráfego, greves, etc, para pôr em evidência suas aspirações ou protestar a vista do público.

Uma entrevista
coletiva é um
pseudoevento
e, no entanto,
ninguém
contesta o fato
de que o chefe
de um governo
ou qualquer
autoridade
menor convoque
uma entrevista
coletiva que
converta o que
ele disser em
notícia

Os fatos, verdadeiros ou falsos, são ademais necessidades técnicas. Um meio interpreta mais facilmente fatos que sucedem em um dia do que processos que se prolongam por um ano. A inauguração de uma represa é notícia, entre outras razões, porque é a obra – o pseudo-evento, se se prefere – de um dia; a construção da represa não costuma ser notícia enquanto se realiza lentamente, porque é a obra de um ou dois anos. Por outro lado, foi notícia já antes de começar, no dia em que se anunciou que ia ser construída ou liberaram os créditos para que se empreendesse a obra, e de novo no dia em que se colocou – outro pseudoevento – a pedra fundamental da construção. Assim, uma represa é notícia várias vezes antes que chegue a ser represa.

Se tende a ver o que se espera ver e a fazer ver o que interessa

O fato se insere freqüentemente em um marco já previsto e preparado para ele e como consequência se interpreta com as chaves mais à mão, que às vezes são as do preconceito. Ten-de-se a ver então em um fato o que se espera-va ou se temia ver. Em um estudo de mais de trezentas páginas sobre a manifestação contra a guerra do Vietnã realizada na Inglaterra em 2 de outubro de 1968, Halloran, Elliott e Murdock (1970) mostraram que nas duas semanas precedentes os jornais haviam definido o fato como um possível confronto violento entre as forças

da ordem, representadas pela polícia, e as forças da anarquia, representadas pelos grupos radicais que iam participar no ato público. O resultado foi que quando essas previsões não se confirmaram, graças à conduta pacífica da maioria dos manifestantes, a discrepância foi resolvida concentrando a atenção informativa naqueles aspectos do fato em que, efetivamente, se registraram violências. A informação prévia ao fato condiciona a informação do fato quando este é produzido.

Nossa maneira de ver as coisas – observou Lippmann (1969) – é uma combinação do que ali se encontra e do que esperávamos encontrar. Nosso mundo estereotipado não é necessariamente o mundo tal como desejaríamos que fosse, mas tal como supomos que é. Nossas opiniões cobrem inevitavelmente um espaço maior, um lapso mais largo, um número maior de coisas do que aquilo que podemos observar diretamente. Portanto, nascem do que os demais nos contam e do que imaginamos. Do grande caos do mundo elegemos o que nossa cultura já definiu pra nós e temos tendência a perceber o que apresenta a forma estereotipada dada por nossa cultura. Os estereótipos de que fala Lippmann, moldes correntes, versões em série, interceptam a informação quando esta se dirige à consciência. E, antes mesmo, já condicionaram a interpretação da realidade dada pelo informador. Imaginamos a maior

Do grande
caos do mundo
elegemos o que
nossa cultura já
definiu pra nós e
temos tendência
a perceber o
que apresenta
a forma
estereotipada
dada por nossa
cultura

parte das coisas antes de experimentá-las e, ao menos que a educação nos dê consciência disto, esses conceitos antecipados governam profundamente todo o resto de nossa percepção. Isto explica que uns fatos obtenham maior ressonância que outros e, em definitivo, que os meios, e inclusive antes que eles, as fontes interessadas, se adaptem ao que o público deseja saber ou gosta que se diga.

O fenômeno limite na possibilidade de modificar o pseudoambiente em que vive o receptor a favor do pseudoambiente imaginado pelo emissor é a chamada desinformação. A palavra “desinformação” apareceu em círculos militares franceses como arte de enganar o adversário. O fenômeno foi estudado em profundidade por Maria Fraguas de Pablo (1985:155 e segs., 45 e segs.): a desinformação surge quando a informação

ção deixa de ser um fim para subordinar-se aos objetivos de uma situação conflitiva. O que desinforma atua com a intenção de diminuir, suprimir ou impedir a correlação entre a representação do receptor e a realidade do original. Contra os interesses do receptor, habilmente enganado, a representação da realidade que faz o receptor não é a realidade mesma, mas a realidade que o emissor trata de vender-lhe como boa. A desinformação se nutre do conflito e é uma maneira de nele intervir. Põe o receptor nas mãos do emissor. Por isso a palavra nasceu

para indicar uma forma de enganar o adversário na guerra. A desinformação, como a informação, reduz o estado de incerteza. Mas não a reduz a favor do receptor, de modo que conheça melhor do que antes a realidade. A reduz a favor do emissor, que consegue com que o que disse seja acreditado e tomado por realidade, não sendo.

Há razões para que o processo real de produção de notícias, desde as fontes interessadas até o público, não seja conhecido e nem apareça como se produz de verdade. Por um lado, a organização dos atos desde os centros de poder político, econômico, social, etc. se apresenta como uma atenção dispensada aos meios. Por outro, as notícias plantadas, “dossiês”, chamadas e outras formas de atrair a atenção sobre algo se faz de modo que o êxito seja atribuído aos meios e a fonte interessada que facilitou a informação ou revelou o fato fica oculta ou dissimulada, sem interesse nenhum em aparecer e, ao contrário, com desejo de ficar oculta.

Dois jornalistas do Washington Post ficaram famosos com o escândalo Watergate, mas a identidade de “Garganta profunda”, que lhes deu as indicações essenciais e os orientou na investigação ainda permanece na sombra. Definitivamente, apesar da fama que os repórteres do Washington Post ganharam como investigadores, as fontes que moveram o caso na sombra eram fontes interessadas. Uma parte da administração plantava notícias que preju-

A desinformação se nutre do conflito e é uma maneira de nele intervir. Põe o receptor nas mãos do emissor

dicavam a outra. Acontece, no entanto, que a informação aparece assinada pelo jornalista e a ele não custa muito convencer-se de que a informação foi obtida efetivamente por ele, e assim convence igualmente ao público.

Os interessados em que conheçamos alguns fatos chamam a atenção dos meios ou inclusive os produzem deliberadamente para provocar na audiência uns efeitos desejados. Os meios aproveitam essa abundância de fatos trazidos ou preparados para oferecer uma imagem chamativa da realidade. E a audiência ou público capta essas imagens surpreendentes e as aproveita para ilustrar seus preconceitos, ou favorecer seus interesses, ao longo da conversação com que socialmente assimila os fatos e se orienta para a previsão de um futuro próximo. Esse é fundamentalmente o processo de produção, uso e consumo de notícias.

Em poucas palavras, o que acontece é que produzir fatos não está ao alcance dos meios, a não ser em raras e isoladas ocasiões, como operações de relações públicas, aniversários, novas publicações ou edições extraordinárias, etc. E tampouco as agências de notícias, de onde os meios obtêm, como fonte boa, ainda a maior parte de suas notícias, são produtoras de fatos. Além do mais, os meios não estão dispostos a comprar para obter os fatos. Isso fazem às vezes as revistas, diante do fato de que as verdadeiras notícias, as que surgem das ações em

curso, já tenham sido difundidas pelos jornais, rádio, televisão e tenham que obter exclusivas com gancho, para o qual estão dispostos a pagar às mesmas fontes interessadas, principalmente aos chamados “famosos” ou “populares”. Mas os grandes meios – jornais, televisão, rádio – querem fatos noticiosos gratuitos, fatos além disso importantes, da transcendência pública e que tenham como atores personagens muito conhecidos do cenário nacional ou internacional.

O sistema político, fornecedor de fatos

Quem pode fornecer tais fatos? O sistema político. O sistema político está muito interessado em aparecer aos olhos dos cidadãos, dos próprios funcionários, dos militantes do partido governante, das potências estrangeiras e do mundo em geral como extremamente capacitado para colocar corretamente os problemas e resolvê-los com eficácia. Para isto está disposto a fazer o que seja necessário: propor leis, defendê-las, votá-las, pronunciar discursos, dar entrevistas coletivas, conceder exclusivas, inaugurar obras, apresentar livros, presidir almoços ou jantares, visitar cidades e povos, no país ou no estrangeiro, cortar fitas, apertar mãos, sorrir, plantar árvores, voar em aviões e helicópteros, descer a bom passo pelas escadas dos aviões, saudar a conhecidos e desconhecidos, regressar poucas horas depois e saudar do alto da escada do mesmo ou de outro avião. Entende-se assim que as fontes das

notícias sejam geralmente interessadas e que a principal fonte interessada sejam os políticos, estejam no governo, estejam da oposição, seja apresentando fatos para mostrar que as coisas andam bem, seja para mostrar que não vão indo como deveriam. Esta situação se converte em uma inesgotável fonte de notícias. Posto que as fontes políticas estão tão interessadas em mostrar a própria competência como em deixar clara a incompetência de seus rivais ou adversários. E assim se a primeira e principal fonte noticiosa sobre um político é ele mesmo, outra fonte quase tão rica e geralmente mais divertida são seus rivais e adversários. E assim as notícias que o interessado omitiu, porque teme que não lhe favoreçam, o adversário se apressa em divulgar. Os meios sabem quase tudo no âmbito da política, porque entre o governo e a oposição, o líder e seus adversários, tudo é falado.

No entanto, nem sempre isto é feito às claras e mencionando a fonte informante. Boa parte da informação política vem de conversações, confidências ou até de vazamentos. Um projeto de lei pode ser passado a um meio para que este enalteça a habilidade investigativa dos repórteres e se produza na opinião pública um efeito sem ninguém assumir a responsabilidade de produzi-lo. A reação pode ser favorável ou contrária, ter como consequência uma maior facilidade de levar a lei adiante ou atuar como balão de ensaio que descubra dificuldades não previstas

**Os meios não
estão dispostos
a comprar para
obter os fatos**

ou reações maiores que o esperado. Mas o que importa é lembrar que a fonte última, apesar de oculta, é fonte interessada e política.

Os meios não têm assim que se preocupar em produzir fatos. Chegarão a eles mais do que necessitam. O sistema político não só fornece os fatos que são notícia, mas é uma organização que produz notícia. Seus programas, suas agendas, seus planos estão traçados em função da publicidade que se obterá com essa complexa e custosa atividade, que sufraga o dinheiro público, e dispõe de porta-vozes, assessores de imprensa, assessores de marketing e outros colaboradores que têm presente o efeito do que se faz e a necessidade de fazer algo para que se possa logo comunicar o que se fez. Em outros tempos (Altheide, 1985), as pessoas se comunicavam com os demais para conseguir que algo chegasse a ser feito, hoje temos que conseguir fazer algo primeiro para que isso se comunique entre os demais.

Fato ou pseudofato, o gesto, a palavra, a obra são programados levando em conta o efeito que deles é razoável prever. E assim o sistema político é o principal interessado na informação pública. Às vezes faz algo para que se saiba que foi feito. Outras se faria igualmente, mas então se planejam cuidadosamente as ações em marcha para extrair delas os fatos, redondos, breves, brilhantes, que podem converter-se em notícia. As próprias ações são examinadas com

Curiosamente, os políticos mantêm com os meios umas relações mais tensas e difíceis do que pareceria natural

cuidado, para ver o que deve aparecer e o que deve manter-se oculto, e as dos rivais e adversários são acompanhadas igualmente, para proceder da mesma forma, mas ao contrário: fazer saber o que prejudica o outro, porque isso é o que beneficia a ele.

Curiosamente, os políticos mantêm com os meios umas relações mais tensas e difíceis do que pareceria natural (Gomis, 1988b). As relações entre as fontes políticas - que fornecem a maior parte dos fatos - e os meios - que se beneficiam da importância que confere a seus noticiários referir-se a tão importantes assuntos e contar com a colaboração de tão famosos personagens públicos - são mais tensas e difíceis do que pareceria natural pela intervenção de dois fatores que provocam distorções. O primeiro é a necessidade de uma seleção cruel entre os 100% de material disponível até que se reduza aos 10% de notícias que cabem no espaço e no tempo previstos. Nem sempre o meio está disposto a dar para a notícia oferecida a importância e a extensão que o político desejaria. A segunda é a presença crítica do público, que se queixa do excesso de política nas notícias e que prefere comentar muitos outros temas antes de prestar atenção na atualidade política. E o meio vive principalmente de seu público, de sua audiência. Entre o público se acham também os políticos contrários à fonte informante, que também são fontes que deve

se ter em conta. Tudo isto contribui para relações geralmente circuns-petas e reticentes. Mas talvez a razão mais profunda é a que se tem apontado desde a Ciência Política. E é que a comunicação – e, com maior motivo, a comunicação política – permite questionar radicalmente a verdade de um regime político, sua “intimidade profunda” (CASANOVA, 1968:8).

Não é um fenômeno novo. O olhar perspicaz do aristocrata Tocqueville já havia descoberto nos Estados Unidos do século passado que a imprensa fazia circular a vida política em todas as porções daquele vasto território e que descobria os secretos recortes da vida política e obrigava aos homens políticos a comparecer no tribunal da opinião (TOQUEVILLE, 1963:119). A longo prazo, os governantes não podem ter interesses contrários à massa dos governados, mas muitas coisas não se saberiam nunca se a imprensa não as dissesse.

Referências Bibliográficas

- ALTHEIDE, David (1985) *Media Power*. Beverly Hills, Sage.
- BAGDIKIAN, Ben (1974) “Professional Personnel and Organizational Structure in the Mass Media” in DAVISON & YU (comps) *Mass Communication Research*. New York, Praeger.
- BOORSTIN, Daniel J. (1971) *L’Image*. Paris, L’Union Generale d’Editions (The Image. From News Gathering to News Making: a Flood of Pseudo Events)
- BROWN, J.D.; BYBEE, C.R.; WEARDEN, S.T. & STRAUGHAN, D.M. (1987) “Invisible power: Newspaper Sources and the limits of Diversity” in *Journalism Quarterly*, Primavera, 64, 1.
- CULBERTSON, Hugh M. (1978) “Veiled attribution: an element of style” in *Journalism Quarterly*, Otoño, 456-465
- EPSTEIN, Edward Jay (1974) *News from Nowhere: Television and The News*. New York, Vintage Books.
- FRAGUAS DE PABLO, Maria. *Teoria de la desinformación*. Madrid, Alhambra.
- GANS, Herbert J. (1979) *Deciding What’s News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News and Time*. New York, Pantheon Books.
- GOMIS, Lorenzo (1988a) *Cuanto dura el presente?* La Vanguardia, 15 de agosto de 1988.
- GOMIS, Lorenzo (1988b) *Disgusto de los políticos com los medios*” La Vanguardia, 8 de agosto de 1988
- GONZÁLEZ CASANOVA, José. *Comunicación Humana y comunidad política*. Madrid, Tecnos.
- HALLORAN, J.D.; ELLIOT, P. & MURDOCK, G. (1970) *Demonstrations and Communication: a Case Study*. Harmondsworth, Penguin Books.
- LIPPMANN, Walter (1969) *Opinión Pública*. Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora (Edição Original: *Public Opinion*, 1949)
- LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban (1987) “El informador Profesional entre las fuentes y el público” II Jornadas Internacionales de Ciencias

de la Información. Pamplona, Universidad de Navarra.

LÓPEZ RODRIGUEZ, Maria Pilar (1988) “Motivaciones de las fuentes informativas locales para suministrar datos a los medios de comunicación”. Trabajo de investigación mecanografiado, Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Información.

ORIVE RIVA, Pedro (1988) Los españoles ante los telediarios. Madrid, Asociación de Estudios de Comunicación para las Autonomías.

SIGAL, Leon V. (1973) Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking. Lexington, D.C. Heath and Co.

TOCQUEVILLE, Alexis de (1963) De la démocratie en Amérique. Paris, Union Générale d'Éditions.

