

Artigo recebido em:  
23.05.2018

Aprovado em:  
09.10.2018

# Entre as fronteiras do aceitável: o valor-notícia como legitimador do jornalismo como gestor de consenso

Francisco Verri

Francisco Verri

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB).  
Bolsista Capes.

E-mail: chicoverri@gmail.com

## Resumo

A partir dos consensos que rondam as coberturas políticas (BIROLI, 2013), o artigo percorre o caminho teórico dos estudos sobre critérios de noticiabilidade no intuito de observar as fronteiras do que pode ser notícia. Funcionando em um mapa cultural (HALL *et al*, 1999), o valores-notícia, enquanto um atributo que o jornalista carrega durante todo o processo de produção noticiosa, caracteriza-se como um legitimador da falta de pluralidade dos acontecimentos nesta editoria especializada. Entre os alinhamentos políticos e a cobertura adversária, esses valores (re) significam o que é importante ser noticiado, legitimando uma agenda de grupos e atores hegemônicos. O resultado é visto na promoção de pautas governamentais e fontes oficiais, marginalizando os acontecimentos de grupos com menor expressão midiática e evidenciando uma correlação entre os valores-notícia e as hegemonias políticas.

**Palavras-chave:** Consenso jornalístico. Valor-notícia. Cobertura política.

**Among the borders of the acceptable: the value-news as legitimating journalism as a consensus manager**

## Abstract

Based on the consensus that surround the political coverage (BIROLI, 2013), the article goes through the theoretical path of studies on newsworthiness criteria to observe the boundaries of what could be news. Functioning on a cultural map (HALL *et al*, 1999), news values, as an attribute that the journalist carries throughout the news production process, characterized itself as legitimizing the lack of plurality of events in this specialized editorial. Between the political alignments and the adversary coverage, these values (re)affirm what is important to be reported, legitimizing an agenda of hegemonic groups and actors. The result is seen in the promotion of government guidelines and official sources, marginalizing the events of groups with less media expression and highlighting a correlation between news values and political hegemonies.

**Keys-word:** Journalistic consensus; News value; Political coverage.

Entre a cobertura adversária e os alinhamentos com grupos de interesses, o jornalismo se configura dentro de parâmetros e consensos. Ainda que o conflito estructure as narrativas jornalísticas e que o papel fiscalizador, próprio da profissão, acompanhe as coberturas da atualidade, as restrições a grupos e conflitos marginalizados são reproduzidas nas redações de veículos tradicionais de comunicação. O jornalismo exerce, nesse sentido, um caráter de reafirmação de valores culturais (GUAZINA, 2011) a partir da interação com outros campos, refletindo em convenções e práticas profissionais.

Assume-se o conceito do jornalismo como gestor de consenso (BIROLI, 2013), funcionando como um orientador da produção noticiosa em todo seu processo. Isto é, desde o que é um acontecimento noticiável até as fontes autorizadas a falar. A instituição jornalística, referendada na negociação entre atores e grupos hegemônicos, traz à profissão os resquícios e composições que se constituem fora das atividades rotineiras dos jornalistas. Desse movimento, ora exógeno e ora endógeno, estrutura-se a prática profissional e os seus condicionantes.

Nas palavras de Biroli (2013, p. 137), o jornalismo apresenta o condicionante de ser “um regulador da pluralidade política e social”, com a missão de demarcar os limites do conflito aceitável e de proteção contra ameaças que possam desafiar os consensos, recaindo sobre os critérios de noticiabilidade que movem os trabalhos nas redações jornalísticas. O consenso é fruto de uma gama de complexos fatores culturais, econômicos, sociais e profissionais que confluem sobre o processo noticioso e, mais precisamente, os valores-notícia.

O respectivo artigo levanta argumentos que embasam a concepção dos valores-notícia como legitimadores dos consensos no jornalismo, funcionando em um mapa cultural (HALL *et al*, 1999) a partir de convenções, constrangimentos, interesses econômicos, preceitos éticos e morais, entre outros critérios (SILVA, 2014) que moldam esses atributos. Enquanto um delimitador do que é noticiável, reproduz-se as agendas consensuais e marginaliza-se aquelas pautas que não atendem a esse *status quo*.

### Entre fronteiras: o jornalismo como gestor de consensos

Em meio à crise do modelo de negócio do jornalismo e as constantes transformações da prática jornalística, dada as evoluções das tecnologias de comunicação e as mudanças no consumo de informação, a superação de um jornalismo objetivo incide sobre os limites entre notícia e opinião, informação e entretenimento, profissionais e amadores (WAHL-JORGENSEN, 2016) e sobre o papel das instituições jornalísticas na sociedade. Considerada quarto poder, na Era de Ouro, a profissão caracteriza-se como uma instituição política, não se emparelhando aos Três Poderes, como concebido anteriormente, porém como uma instituição intermediária, equivalendo-se ao que Cook (2011) define como grupo de interesse. A profissão se estrutura dentro e fora das instituições governamentais e de outras organizações hegemônicas com capacidade de impactar e transformar a sociedade.

Fundadas em relações mútuas de confiança entre a instituição jornalística com outras organizações hegemônicas (COOK, 2011), a legitimidade e autoridade do jornalismo garantem o poder e as condições de ser um ator com prestígio à definição de agendas públicas. Nas palavras de Guazina (2011 p. 57), é a partir da capacidade do jornalismo em gerar visibilidade aos atores e agendas, e principalmente, de organizar eventos autorizados que “se (re)constroem e se (re)afirmam os consensos e valores sobre a política brasileira contemporânea”. Em outros termos, a credibilidade eleva a profissão a um patamar que permite promover a importância e autoridade daqueles com capacidade de negociar e com acesso aos meios de

comunicação, coberturas e/ou donos das empresas de comunicação.

Enquanto uma instituição com capacidade de mudar a realidade (TUCHMAN, 1978) e autolegitimado como um mediador social, o jornalismo carrega em seu núcleo o condicionante de ser um agente de (re)significação dos sentidos dos acontecimentos. As narrativas políticas, seus enquadramentos ou mesmo os critérios de seleção dos eventos noticiáveis funcionam como uma régua valorativa das informações importantes a serem publicizadas. Ao atribuir significados ao comportamento dos atores, das instituições ou até mesmo sobre o ato presente no acontecimento noticiado, os jornalistas agem com a “capacidade de legitimar determinadas representações da realidade social” (BIROLI; MIGUEL, 2012, p. 33), reiterando valores duradouros (GANS, 1979) ou universais que supostamente organizam a sociedade e, conseqüentemente, a profissão.

O jornalismo, conforme Biroli e Miguel (2012, p. 26), é estruturada como uma instituição “capaz de determinar quais são as preocupações centrais da sociedade num determinado momento e quais as contribuições relevantes ao debate sobre elas”. O noticiário não é fruto do acaso ou de um retalho de acontecimentos selecionados jornalisticamente. É resultado, imbricado também nos fatores externos e internos da redação, de valores que permeiam as narrativas e as editoriais políticas. Muito além da superfície e características individuais de cada evento noticiado, o fio condutor das narrativas políticas se apoia em valorações de uma cultura e práticas aceitas e legitimadas perante a sociedade.

A mídia, conforme definição de Miguel (2002, p. 163), nas sociedades contemporâneas, é “o principal instrumento de difusão das visões de mundo”, podendo representar, em um olhar sobre Schudson (2003), a promoção de uma pluralidade social a partir de uma atuação pública que respeitaria posicionamentos e valores sociais. Ainda que abandone o ideal de objetividade jornalística, a função social se configura sob a prática profissional e sobre seu *ethos*. Um ideal jornalístico que esbarra nas limitações de cobertura e sobre as restrições que envolvem o agendamento midiático, reforçando o que Biroli (2013) estabelece como consensos. É próprio do jornalismo, a preferência por agendas relacionadas a determinados grupos. Ao estabelecer uma escala de assuntos, atores e fontes sob enquadramentos pré-estabelecidos, evidencia-se a opção por acontecimentos específicos, impactando a percepção de mundo pela opinião pública.

As disputas no noticiário tendem a girar, assim, em torno de cartas já colocadas sobre a mesa. Correspondem aos limites de uma concepção restrita da política — dos espaços em que se dá, dos temas propriamente políticos e dos atores da política. Por isso, o que aparece como objeto de disputa são cargos e recursos que não são identificados a posições na condução de políticas específicas, a posições ideológicas e/ou a clivagens sociais que excedem as disputas político-partidárias e entre governistas e oposição. (BIROLI, 2013, p. 137)

Em uma perspectiva política, o jornalismo como gestor de consenso se constrói no relacionamento entre grupos e atores ativos nos campos hegemônicos da sociedade, reproduzindo hierarquias e legitimando valores sobre a compreensão do mundo e da sociedade (BIROLI, 2013). O noticiário, no viés apresentado pela autora, é orientado em duas esferas: do consenso e da controvérsia legítima. Se a primeira representa os temas consensuais, a segunda, àquelas agendas cujo conflito é controlado, que não desafiam os limites aceitos do que deve ser pauta na mídia. Na prática, emergem-se os eventos, fatos e acontecimentos relacionados a uma elite política e suas instituições em um processo que reafirma a autoridade jornalística ao mesmo tempo em que legitima os agentes que dominam essas pautas.

Entre aquelas instituições que impactam o mundo simbólico, os meios de comunicação “conferem uma espécie de certificado de importância legítima aos temas e personagens que torna visíveis” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 697). A mídia porta-se como um instrumento importante na constituição de credibilidade a atores de outros campos, protagonizando uma disputa por visibilidade, claramente observada no comportamento de políticos e personalidades famosas. Os agentes identificam na mídia um espaço de formação de suas reputações (MIGUEL, 2002), de construção de suas imagens e de sua especialidade a partir da inserção e informação em pautas que promovam uma percepção positiva. Para tanto, além da tentativa de pautar os veículos de comunicação com uma agenda própria, aproveitaram-se dos acontecimentos noticiáveis para se constituírem como fonte, como ator importante ao que é noticiado sobre determinado tema.

Trata-se de utilizar-se da visibilidade midiática em prol de um capital político, entendido como a incorporação, pelos agentes, “dos elementos de valorização e distinção reconhecidos, legitimados e naturalizados, em uma dada estrutura do campo” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 697). É na interação entre o campo jornalístico com outros campos que os meios de comunicação estabelecem as competências dos atores que concentram os consensos e as agendas midiáticas. O padrão homogêneo, de acordo com Cook (2011), das coberturas políticas é referendado pela partilha de normas e convenções, permitindo identificar os atores relevantes, a rotina de contatos e a fidelização de fontes.

Enquanto “resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas, cujos resultados diários beneficiam apenas certas alocações de valores” (COOK, 2011, p. 206), o noticiário opera em um fluxo de confiança e credibilidade em busca de benefícios mútuos. O profissional da comunicação intensifica a busca por informações fidedignas, em primeira mão e autoridade da fonte sobre determinado assunto. Em contrapartida, os atores políticos objetivam maior visibilidade em meio a acomodação que existe entre os campos (BIROLI, 2013). Quanto maior o poder e autoridade de um agente ou grupo, maior o acesso e capacidade de impor suas posições e seus enquadramentos, respeitando as fronteiras entre os campos sociais e o noticiário.

### Valores-notícia como legitimadores do consenso

No dia-a-dia, acontecimentos factíveis de se tornarem notícia ocupam a produção jornalística. Um bombardeio de eventos e fatos recaem sobre as redações todos os dias, remetendo as impossibilidades temporais, físicas e econômicas que rondam a profissão. Tobias Peucer (2004), em 1690, já se atentava para a necessidade de seleção do que seria relatado. A proposta era baseada na classificação pela importância dos relatos que constituíam os jornais do século XVII. A tese do alemão pode ser considerada o embrião da Teoria do Jornalismo, que na década de 1960, iria retomar o debate sobre quais as características de um evento para ser transformado em notícia. Originavam-se as primeiras tipologias de valores-notícia, ainda atreladas a um ideal de jornalismo objetivo, funcionando como um critério técnico que define os acontecimentos importantes.

A objetividade, como ideal jornalístico, emerge em um contexto de transformações tecnológicas – com o surgimento de novas tecnologias de comunicação – e comerciais. Os *penny press*, vendidos a dois *cents*, representaram uma revolução (SCHUDSON, 2010). Além de promover a publicidade como principal fonte de financiamento dos veículos de comunicação, a popularização dos jornais e as novas técnicas ampliaram a possibilidade de coberturas factuais, caracterizando-se

como a representação da realidade estampada nos impressos. No Brasil, a objetividade foi normatizada como um ideal que ao mesmo tempo, “disciplina, controla e confere legitimidade às práticas jornalísticas” (BIROLI; MIGUEL, 2012, p. 24).

Disciplinada como um guia da práxis profissional e amparada por valores como neutralidade, interesse público e compromisso com a verdade, a objetividade compõe a identidade dos jornalistas, operando como legitimador das práticas e valores éticos compartilhados entre os profissionais (BIROLI; MIGUEL, 2012). Como um balizador do bom e do mau jornalismo, o ideal da objetividade legitima a definição dos jornalistas como “*watchdogs*, fiscalizadores de governos, guardiões dos valores morais, da ética e dos interesses da população” (GUAZINA, 2014, p. 6), elevando a profissão a um patamar de essencialidade a organização da sociedade e funcionamento das instituições públicas.

O valor da “objetividade” confere legitimidade ao jornalismo, diferenciando-o de outros discursos e práticas sociais. Em torno dele, organizam-se a ética que define o jornalismo como profissão e as práticas rotineiras que estabelecem as diferenças entre o bom e o mau jornalismo. Para o público, o registro competente da verdade pelos jornalistas depende de sua capacidade de tomar contato com a realidade sem os vieses que a falta de conhecimento apropriado, de um lado, e o interesse e a parcialidade, de outro, imporiam à ampla maioria dos indivíduos. (BIROLI; MIGUEL, 2012, p. 23).

Entrelaçado na formação e prática profissional, a objetividade camufla uma perspectiva mais profunda e complexa do fazer jornalismo. A ideia de uma objetividade que anula a subjetividade do jornalista esconde consensos, normatizações e interesses que rondam a produção e apuração noticiosa. O próprio estabelecimento de critérios de noticiabilidade, convenções e padrões de apuração se distanciam da imparcialidade de um jornalismo objetivo. Adelmo Genro Filho (2005), em artigo originalmente publicado no Diário de Notícias, em 1975, compreende que a objetividade ao invés de promover uma pluralidade social, reproduz formas de opiniões de classes ou grupos sociais, em especial, de grupos dominantes. A imparcialidade e isenção do jornalista, conforme o autor, reforça a ideologia dominante.

A objetividade, nesse contexto, é configurada como um mecanismo central na “legitimação de discursos hegemônicos no jornalismo” (BIROLI; MIGUEL, 2012, p. 25) ao protagonizar julgamentos a partir de fragmentos da realidade expressos no noticiário. Em meio ao mosaico de possibilidades de se relatar e enquadrar determinado acontecimento, o recorte que os meios de comunicação escolhem apresentar ao seu público é validado por intermédio de crenças de que o jornalista é capaz de escolher os fatos dignos de serem publicizados. Isto é, naturalizam-se os discursos constituídos no noticiário através da prerrogativa de que o jornalismo é dotado de regras, convenções e legitimidade para selecionar o que é um acontecimento noticiável.

Os discursos factuais atualizam, rotineiramente, discursos valorativos. E esses últimos estão na base dos procedimentos de seleção e destaque de que são feitos os primeiros. Antes de serem assumidos pelo noticiário, implícita ou explicitamente, os valores são parte da própria definição do que é notícia (GANS, 2004 [1979], p. 41). Mas o ponto central para esta discussão é que o noticiário é organizado por valores e preconceitos a partir dos quais os fatos ganham saliência e transformam-se em notícias, inseridos em narrativas causais. Dizendo de outra forma, as informações fazem sentido se e apenas se têm como pano de fundo discursos mais permanentes, valorativos. (BIROLI; MIGUEL, 2012, p. 29).

Pioneiros nos estudos sobre valores-notícia, Galtung e Ruge, na década de 1960, foram os primeiros a ordenar uma tipografia de valores. Ao se questionarem sobre o processo de transformação de um evento em algo a ser noticiado, inauguraram uma longa tradição de pesquisa no jornalismo. Eles se debruçaram sobre a etapa inicial da produção noticiosa que se estrutura dentro de uma cadeia de “acontecimentos caóticos do mundo e encerrada na imagem pessoal produzida pelo receptor” (SILVA, 2010, p. 174). Em um contexto de jornalismo objetivo, as reflexões sobre quais características que determinado evento precisa para ser uma potencial notícia ganham um tom funcionalista. Em meio a uma infinidade de acontecimentos diários, os valores-notícia se configuram como um guia do trabalho dos jornalistas na escolha e organização do noticiário.

Aproximando-se dos estudos de Tuchman (1978), na tese *Making News: A Study in the Construction of Reality*, os valores-notícia constituem-se como um instrumento de organização da rotina produtiva, vigorando como um regulador da competição entre os acontecimentos que podem ser noticiados e destacados na edição de um jornal. Com a função de responder aos questionamentos sobre quais acontecimentos atendem aos requisitos de interesse e significância da noticiabilidade, esses atributos, conforme Silva (2014), concedem margem de atuação dentro das técnicas jornalísticas, definindo o raio de ação a partir do vínculo entre o produto e a expectativa da audiência, sistematizada e convencionada por e dentro da organização jornalística.

Intrínseco ao trabalho jornalístico, os valores-notícia vão além da sua simples compreensão como mecanismos que organizam o que será publicado, enfatizado, engavetado ou abandonado pelos jornalistas, portando-se, em diferentes ocasiões, como mais importante do que o acontecimento (HARCUP ; O'NEILL, 2016). Naturalizado no cotidiano dos jornalistas, a materialização desses atributos não se caracteriza em um plano físico e visível. A sua convenção e compartilhamento na cultura profissional reitera a sua significação em um mapa cultural de significado (HALL *et al*, 1999), condicionando seu funcionamento prático ao *modus operandi* das organizações jornalísticas.

Nesse sentido, os valores-notícia se posicionam em um contexto mais complexo. Para além de um procedimento de demarcação dos acontecimentos noticiáveis, os valores, pela sua capacidade em promover ou restringir pautas políticas, comportam-se como um legitimador do jornalismo como gestor de consenso, estabelecendo parâmetros e justificativas para a reprodução de agendas hegemônicas em comparação com acontecimentos relacionados a minorias e grupos marginalizados. Funcionando como um critério que é difundido por todo o processo de produção (WOLF, 2003), esses atributos carregam os consensos do campo jornalístico em interação e disputa com outros campos hegemônicos.

Trata-se aqui de propriedades que acompanham o processo de produção noticiosa, regendo a pauta, servindo como um norte ao trabalho do repórter e determinando a ordem de edição (JORGE, 2016). Uma referência que o jornalista alimenta em seu relacionamento com fonte, com as instituições e lideranças políticas, permitindo encontrar a força do acontecimento e sua aceitabilidade no veículo em que trabalha. Uma lógica que situa os valores-notícia dentro de um escopo maior dos critérios de noticiabilidade em um processo constante de diálogo e disputa entre o campo jornalístico e o político, validado pelas suas culturas e práticas que vão desencadear no processo de produção noticiosa.

Os critérios de noticiabilidade, portanto, estão associados desde às características do fenômeno à legitimidade do campo. Atividade, relação e temporalidade definem o principal objeto do jornalismo, o fato. O jornalismo, no entanto, não lida apenas com fatos, mas também com pessoas, lugares e fenômenos em processo (SEIXAS; MARQUES, 2016, p. 10).

O que está em discussão deixa de ser os atributos aplicados conscientemente pelos jornalistas no processo de escolha e a apuração dos fatos para a formação e convenção de valores que justificam o trabalho jornalístico, em meio aos diversos fenômenos que envolvem o acontecimento. Como observa Gans (2004), em uma ideia moderna do jornalismo, os valores compartilhados pela sociedade se comportam como os grandes orientadores da vida humana e, conseqüentemente, da profissão. Em sua obra *Deciding What's News*, resultado de uma etnografia em redações norte-americanas na década de 1970, o autor partilha os valores duradouros que refletiria os dogmas repartidos pela sociedade americana.

Sob o entendimento da cultura como orientador das visões de mundo (HALL *et al*, 1999), compreende-se os valores-notícia como fruto de valores duradouros, imergidos nos mapas culturais que incorporam os dogmas consensuais e negociados pela sociedade. É próprio da interlocução (SEIXAS; MARQUES, 2016), a invocação de elementos sociais e culturais, das normas e verdades compartilhadas, funcionando como um regulador da noticiabilidade e das valorações que o jornalismo deve gerir. Os meios de comunicação, de acordo com Hall *et al* (1999, p. 227), “articulam o que o público supõe pensar e saber da sociedade”, contribuindo para a reprodução dos consensos, da ordem e da rotina. A prática jornalística e suas instituições passam a ser determinantes às definições dos acontecimentos relevantes e suas interpretações, aproveitando da identificação social e contextualização de acontecimentos em concordância com convenções e legitimidade da profissão.

Os valores-notícia se instrumentalizam como um componente desse mapa cultural de significado, coexistindo ao mesmo tempo como um influenciador e reproduzidor de valores que se caracterizam como “marcadores de representação, isto é, classificam eventos com os quais os leitores podem mais se identificar e nos quais se sintam representados” (JORGE, 2016, p. 08). Esses critérios formulados, convencionados e reproduzidos dentro das redações a partir de regulamentações sociais, culturais e econômicas contribuem para a identificação de juízos implícitos aos acontecimentos do mundo, contribuindo para a reprodução das agendas e valores hegemônicos do campo da política.

### **Cobertura política: valores-notícia e a legitimação do consenso**

O noticiário brasileiro reafirma seu caráter de difusão dos consensos de uma elite política que ronda a cobertura governamental, partidária, de instituições jurídicas e denúncias de desvios morais e éticos de atores que compõe ou orbitam as instituições públicas brasileiras. A projeção de fontes semelhantes e coberturas das mesmas operações não só aproximam os veículos de comunicação tradicionais quanto ao que é noticiável, como ainda, aos valores compartilhados entre os jornalistas que legitimam, justificam e promovem os consensos. A ausência de uma pluralidade de acontecimentos e fontes que emergem de grupos minoritários, movimentos sociais e atores com menor expressão eleitoral/midiática configura-se dentro de valores partilhados sobre uma escala de importância sobre o que pode ser noticiado.

Empenhado pela busca do bom jornalismo, atrelado a visão de um jornalismo objetivo (BIROLI; MIGUEL, 2012), os valores-notícia emergem como um delineador do que é importante nas coberturas políticas, legitimando e protegendo o trabalho jornalístico. Ainda que o noticiário reflita as disputas entre o campo jornalístico e político, assumindo valores e práticas da cultura política, o fio da navalha que legitima o noticiário recai sobre esses critérios que regimentam o que deve ser apurado e quem deve ser consultado. A própria existência de uma padroniza-

ção de coberturas políticas, representada pela predominância de valores-notícia semelhantes (VERRI, 2017), remete a cultura profissional e, conseqüentemente, a validação do noticiário político brasileiro.

As características das coberturas, na mídia tradicional brasileira, sujeitam a determinados atributos. Os valores-notícia não se encontram em um escopo de orientação, quanto mais atributos, maior a chance de se tornar notícia. Mas de legitimação do fato, ao noticiar eventos que contenham os valores importantes aos consensos. A pluralidade social que poderia ser representada pelos critérios técnicos que definem o que é notícia, submerge-se às concepções e atributos delineados nessas editoriais, remetendo ao entendimento de Wolf (2003), do valor-notícia como um critério que não é neutro, sendo constituído dentro da esfera da noticiabilidade. Isto é, os valores que dominam essas coberturas se normatizam como balizadores do que é notícia, elegendo acontecimentos relacionados a grupos hegemônicos em detrimento daqueles protagonizados por minorias e movimentos sociais.

Formulados em uma série de elencos desde a década de 1940, valores como *proeminência*, *interesse nacional*, *conflito* e *impacto* se portam como definidores de narrativas jornalísticas de eventos políticos (VERRI, 2017), ainda que os atributos possam ser classificados com variações nominais dependendo do autor consultado. A política se caracteriza como fonte e agenda obrigatória aos veículos tradicionais de comunicação no Brasil. Próprio de seu *ethos* investigativo e em disputa com o campo político, o jornalismo e a busca do furo se manifestam em valores culturais que emergem de instituições e da cultura política nacional, padronizando a cobertura em torno de pautas governamentais e oficiais.

Em um movimento circular entre atores políticos e jornalistas em busca de visibilidade e informações privilegiadas, essa cobertura recai sobre informações oficiais e governamentais, percorrendo os relatos, documentos e funcionamento de instituições públicas, de escândalos políticos e da capacidade em se conseguir informações exclusivas nos bastidores. A *prominência*, nesse sentido, está na coração das coberturas políticas. Originalmente atrelado a predominância de políticos em programas de televisão nos EUA, o termo remete-se a instituições, atores e grupos de alta hierarquia. Em um contexto brasileiro, refere-se a representantes eleitos e comissionados dos Poderes Executivos, Legislativos e Judiciários, além de outras instituições públicas e privadas com influência midiática e na sociedade. Para Traquina (2004, p. 79), trata-se de um valor típico de arenas eleitorais/políticas, visualizadas em coberturas “de um congresso partidário e a forma como os membros da tribo jornalística andam atrás das celebridades políticas”.

A cobertura em torno de uma elite política e das instituições governamentais encontra na *prominência* um valor de legitimação de um padrão jornalístico. A prática que influi na presença de correspondentes em Brasília, repórteres que cobrem Congresso Nacional, jornalistas especialistas no Supremo Tribunal Federal e em outras instituições com caráter jurídico ou econômico, funda-se no entendimento de que acontecimentos relativos a atores e grupos hegemônicos nessas esferas são prioritários a qualquer outro evento que não os envolvam. Uma declaração do presidente da República, ainda que não traga grandes informações, a rotina de exercício de um chefe de estado ou, até mesmo, banalidades sobre a vida familiar de um político figuram como mais importantes do que eventos que não reúnam personagens com visibilidade política e midiática. A importância é dada pela posição em que se encontra nos consensos políticos, o que nem sempre representa conteúdos que atendam a um espectro da realidade valioso a sua audiência.

Nesse cenário, com expectativa de construir reputações e imagens (MIGUEL, 2002), políticos e atores buscam a boa convivência e acesso aos veículos de comunicação. Em mente, a oportunidade de dialogar com seus eleitores e de

prestar contas de seu mandato (MIGUEL, 2005) em suas esferas de atuação, seja na arena eleitoral, dentro da organização que representa ou nos anseios empresariais que advoga. A mídia ganha caráter decisivo na aprovação da opinião pública e na consolidação de mandatos e carreiras políticas. Por intermédio de assessorias de imprensa, promoção de agendas positivas e bons contatos nos veículos de comunicação, representantes eleitos, funcionários de alto escalão e elites partidárias competem pela consolidação de seu nome no noticiário e na agenda de contatos de jornalistas que cobrem sua esfera de atuação.

Por consequência e em complemento à notoriedade dos personagens que compõe o fato, a cobertura política se legitima pelo valor-notícia *interesse nacional* (SILVA, 2014). O que é de interesse nacional depende da posição dos atores políticos e sua importância aos consensos. A falta de pluralidade social no que é noticiado e de quem é consultado se baseia na resignificação dos acontecimentos que atenderiam aos requisitos do que é interessante e relevante a sociedade. A incidência sobre a vida das pessoas se caracteriza pela esfera do acontecimento, priorizando os fatos de instituições oficiais e governamentais em relação a outros eventos posicionados em outros níveis de atuação, como manifestações de movimentos sociais ou posicionamentos de líderes das minorias.

A resignificação do que é de *interesse nacional* dentro de um mapa cultural se reconfigura em uma cultura e em práticas políticas que determinam os limites de uma agenda pública. O jornalismo, como grupo de interesse, posiciona-se como mais um componente dessa esfera de disputa entre atores e grupos políticos com posições hierárquicas. Os valores-notícia se comportam como um instrumento de legitimação de uma prática que se aproveita de competições no/entre os Três Poderes e/ou na disputa de bastidores entre os próprios atores. A consolidação de informações obtidas nos limites dos consensos a partir de uma lógica oficial acaba por determinar não só as informações e enquadramentos, como ainda, quais as fontes e os desdobramentos possíveis.

A pluralidade social fica restrita a uma ideia de representação política, pela qual, os políticos eleitos se comportam como porta-vozes da sociedade. Em contrapartida, o jornalismo reafirma seu caráter de investigação e promoção do confronto, ainda que dentro dos limites pré-estabelecidos. O valor-notícia *conflito* se significa nas grandes narrativas jornalísticas. Aproveitando-se de uma cobertura de oposição e do papel fiscalizador (GUAZINA, 2014), empenhado em acontecimentos que envolvem denúncias de corrupção, investigações e julgamentos contra políticos, o atributo caracteriza-se pela polêmica (SILVA, 2014), pela capacidade de impor posicionamentos conflituosos de diferentes atores ou grupos sociais em torno de suas disputas e projeções de visibilidade. A controvérsia em um cenário pré-estabelecido e autorizado dá um ar de normalidade a um evento que somente faz sentido dentro de um quadrado limitado, sem atender a diversidade de grupos e atores que poderiam assumir esse noticiário segmentado.

Ainda que um valor que tende a promover pautas relacionadas a minorias e movimentos sociais, o atributo *conflito* é reestruturado para priorizar escândalos e confrontos entre versões e disputas de atores políticos importantes no cenário nacional. Enquanto fatos políticos que envolvem greves, paralizações, manifestações populares surgem sazonalmente no noticiário político, a disputa entre o Legislativo e Judiciário, entre posição e oposição, entre líderes partidários e ex-mandatários (VERRI, 2017) se naturaliza nas narrativas sobre corrupção e desconfiança das instituições públicas e políticas. O conflituoso deixa de fazer parte de um cenário mais amplo para se limitar ao comportamento e informações adquiridas de fontes oficiais e bastidores de organizações representativas e partidárias que eficientemente competem pela visibilidade midiática.

Determinante às coberturas brasileiras (VERRI, 2017), o valor-notícia *impacto* complementa esse movimento de padronização do jornalismo nesse segmento. Aqui, o importante são as quantias expressivas de dinheiro, normalmente atreladas a grandes casos de corrupção que envolvem órgãos públicos, servidores e representantes políticos em um componente negativo da política brasileira. Idealizado como um atributo que mensura o acontecimento conforme o impacto que gera a vida das pessoas (SILVA, 2014), quando não está relacionado as cifras, limita-se às decisões e políticas anunciadas pelos governantes. O centro da atuação jornalística deixa de ser a sociedade e os cidadãos para se concentrar em uma agenda institucional, marginalizando fatos e acontecimentos que poderiam representar maior interesse. A sua atuação acaba por estabelecer parâmetros diferenciados entre cidadãos, políticos, agremiações, cujos interesses nacionais se aprofundam ou são abrandados conforme seus status dentro dos consensos, ditando o ritmo do processo de escolha, apuração e produção da notícia.

## Conclusão

Ao compreender a cultura como orientador das visões de mundo (HALL *et al.*, 1999), define-se os valores-notícia como resultado de valores duradouros, submersos nos mapas culturais que incorporam os dogmas consensuais e negociados da sociedade, portando-se como um regulador das valorações e consensos que o jornalismo deve gerir. A instituição jornalística e suas práticas se comportam como determinantes as definições dos acontecimentos relevantes a sociedade e de suas interpretações. É nesse sentido que os valores se organizam como um componente determinante a noticiabilidade, sendo um influenciador e um reproduzidor dos princípios que formam esse mapa de significados, funcionando como marcadores de representação.

Os valores-notícia comportam-se como um instrumento de legitimação dos consensos políticos, emergindo-se dentro de uma complexidade de critérios de noticiabilidade e se (re)configurando a partir de uma cultura política em disputa com o campo do jornalismo. Em meio as peculiaridades que envolvem as práticas políticas e jornalísticas, ressignificam-se os valores-notícia predominantes em coberturas de veículos tradicionais de comunicação (VERRI, 2017), consolidando informações obtidas nos limites dos consensos a partir de uma lógica oficial. As informações, enquadramentos e escolhas das fontes se mantêm na órbita das instituições hegemônicas. Um *modus operandi* que se utiliza desses atributos para justificar uma agenda pré-determinada por uma elite que busca visibilidade ao mesmo tempo em que reproduz consensos.

A pluralidade social se restringe a uma ideia de representação política, pela qual os políticos eleitos são porta-vozes da sociedade. Os valores-notícia deixam de funcionar como uma soma que orienta a seleção dos acontecimentos noticiáveis – quanto mais atributos, maior a chance de ser notícia –, para operar como um demarcador que define quais as características fundamentais para se tornar notícia. Atributos como *prominência*, *interesse nacional*, *conflito* e *impacto* se reestruturam e condicionam o noticiável à presença destes em um viés governamental e institucional. Longe de um jornalismo objetivo e neutro, o consenso político se debruça sobre a legitimidade de uma profissão e de seus critérios de noticiabilidade para readequar o que é relevante, sem desautorizar e ferir a credibilidade e a competência jornalística, repelindo os agentes não hegemônicos e com pouca capacidade de competição nos limites do que é notícia política.

## REFERÊNCIAS

- BIROLI, Flávia. Limites da Política e Esvaziamento dos Conflitos: o Jornalismo como Gestor de Consensos. **Revista Estudos Políticos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 6, p. 126-143, jan. 2013.
- BIROLI, Flávia e MIGUEL, Luis Felipe. Orgulho e preconceito: a "objetividade" como mediadora entre o jornalismo e seu público. **Opin. Publica [online]**. 2012, vol.18, n.1, p. 22-43
- COOK, Timothy E.. O Jornalismo Político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, v. 6, n. 1, p. 203-247, jul. 2011
- GANS, Herbert J. **Deciding What's News**. A study or CBS Evening News, Newsweek, and Time. Evanston, Illinois: Northern University Press, 2004.
- GENRO FILHO, Adelmo. O Jornalismo e a crise da objetividade burguesa. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 175-177, jan-jun, 2005.
- GUAZINA, Liziane Soares. Quando cultura política e subcultura jornalística andam de mãos dadas: a desconfiança na política em tempos de escândalos. In: COMPÓS, 2014, Belém. **Anais**, Belém: Compós, 2014. p. 01 – 15
- GUAZINA, Liziane Soares. **Jornalismo em busca de credibilidade: A cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão**. 2011. 256 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Unb, Brasília, 2011.
- HALL, S., *et. al.* A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAUQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega Editora, 1999, p. 224-248.
- HARCUP, Tony; O'NEILL, Deirdre. Whats is news?: News Values revisited (again). **Jornalism Studies**, Cardiff, p. 1-19, mar. 2016.
- JORGE, Thaís de Mendonça. Valores-notícia nas capas dos periódicos: Ideologia e Poder. In: **SBPJOR [...]**, 1., Palhoça, 2016.
- MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. Dados — **Revista de Ciências Sociais**, vol. 53, n. 3, p. 695-735, 2010.
- MIGUEL, Luiz Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, São Paulo1, v. 55-56, n. 1, p. 155-184, jan. 2002.
- PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em jornalismo e mídia**. V. I, n. 2. Florianópolis: UFSC/ Insular, 2004.
- SCHUDSON, Michael. **The Power of News**. Cambridge: Harvard University Press, 2003.
- SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a Notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- SEIXAS, Lia; MARQUES, Estela. O valor humano no critério de noticiabilidade. In: **SBPJOR**, 14, 2016, Palhoça. **Anais [...]**. Palhoça: SBPJOR, 2016.

SILVA, G. Para pensar criterios de noticiabilidade. *In*: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz (orgs). **Critérios de noticiabilidade**. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Marcos Paulo da. Como os acontecimentos se tornam notícia: uma revisão do conceito de noticiabilidade a partir das contribuições discursivas DOI. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s.l.], v. 7, n. 1, p.173-184, 9 jun. 2010. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2010v7n1p173>.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**. A Study in the Construction of Reality. New York: The Free Press, 1978

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular. 2004

VERRI, Francisco. Valores-notícia e cobertura política: Valores-notícia e cobertura política: uma comparação entre o Zero Hora (RS) e A Crítica (AM). *In*: INTERCOM, 40, 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Intercom, 2017. p. 1-14.

WAHL-JORGENSEN K. Is There a 'Postmodern Turn in Journalism'? *In*: PETERS, Chris. BROESMA, Marcel. **Rethinking Journalism Again**. Societal Role and Public Relevance in a Digital Age. Routledge: London, 2017, p. 96- 111.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.