
O jogo do Off :

uma breve apresentação de pontos conceituais

Hélio A. Schuch*

Resumo:

Este trabalho, introdutório, tem o objetivo de analisar a produção de informação jornalística através do seu fornecimento em off¹, visto aqui na perspectiva de um jogo estratégico. Por isso, apresentam-se elementos da Teoria dos Jogos. Pesquisa-se a cooperação entre fonte e repórter através de conceitos como a função utilidade, dependência pela fonte, ação e comportamento tit-for-tat, desvios da cooperação e estratégias dominantes. Aborda-se, além das fontes não-convencionais (não identificadas), as fontes convencionais.

Palavras-chave:

informação jornalística, off, teoria dos jogos, cooperação.

Abstract:

This introductory paper analyzes the production of journalistic information offered off the record and perceived as a strategic game. The theoretical background is the game theory. It describes the cooperation between the source and the reporter looking into source function, source dependence, conventional and unconventional sources, changes in cooperation and dominant strategies.

Key-words:

journalistic information, off the record, game theory, cooperation

1. Introdução

Em um veículo jornalístico, geralmente a quantidade de matéria produzida não corresponde exatamente com a quantidade divulgada. A diferença pode ser para mais (o mais freqüente) ou para menos, mas existe um dado balizador: é a quantidade requerida pela difusão que estabelece a necessidade de produção. Junto com este parâmetro está a questão da qualidade da informação, diferencial para sobrevivência e mesmo expansão dos veículos dentro do ambiente de concorrência. A dinâmica da atividade exige, portanto, produção que satisfaça os dois critérios no ritmo da própria realização jornalística, ou seja, desde tempo real até diariamente, passando ainda pelas periodicidades semanal, quinzenal e mensal.

Produção de matéria, seja notícia, reportagem, ou uma simples nota, significa relacionamento com fontes, e estas no jornalismo são de três tipos: a) pessoas, b) documentos e c) o próprio jornalista. Em termos de preferência são as pessoas envolvidas com fatos, e documentos. O jornalista não é fonte preferencial, embora possa servir como uma, se circunstâncias exigirem, em maior ou menor intensidade. Jogos estratégicos², porém,

são possíveis somente entre pessoas, por isso, deve-se descartar os documentos no sentido de fontes (esses são recursos estratégicos, tanto da fonte quanto do repórter).

O relacionamento com as fontes, do ponto de vista de jogo, implica em interações baseadas em três critérios. Considerando-se a freqüência, pode ser ocasional (ocorrer uma única vez) ou assíduo (com maior intensidade); pelo critério da seleção, pode ser randômica (relacionamento preso a ocorrência aleatória de fatos) ou determinada por interesses editoriais (o repórter ou editor ou colunista escolhem a fonte); pelo critério da identificação, podem ser públicas ou não. As primeiras são denominadas convencionais e as segundas, não-convencionais.

Definindo: fontes convencionais são identificadas na matéria, produto de pauta fatural ou não-fatural, ou seja, trabalho de iniciativa de jornalistas, diferente, neste sentido, do fornecimento de informação em off, quando a iniciativa pode ser da fonte (embora também possa ser do repórter). Fontes não-convencionais são aquelas não identificadas na matéria; é o caso do fornecimento de informações em off para repórteres, editores e

1) Embora todos os sentidos jornalísticos do off podem ser analisados como jogo, a referência, aqui, é ao conceito que prevê o anonimato da fonte, conforme o ponto 2 do verbete em Rabaça e Barbosa (2001:520): “(jn) 1. Diz-se de informação confidencial, prestada por um entrevistado ao jornalista, com a condição de não ser publicada.

2. Informação proveniente de fonte que deseja se manter anônima. Forma abreviada da locução inglesa off-the-records, literalmente, fora dos registros. Oposto de on-the-records (expr. pouco usada).” (grifos da publicação). Para um melhor entendimento deste conceito, indica-se Folha de S. Paulo (2001), O Estado de S. Paulo (1990) e O Globo (2001).

2) O contrário são os jogos contra a natureza, decididos pelo acaso, ou jogos de azar.

3) Para que se estime a importância das fontes no jornalismo basta imaginá-lo sendo feito sem elas. E, pensando-se em jogo, é possível se imaginar, também, uma competição entre fontes e veículos, como uma greve, por exemplo. A preponderância das fontes, no entanto, torna-se vazia, pela extrema dispersão existente.

colunistas.

A necessidade de gerar matéria a partir de fontes cria uma situação de dependência³ em relação a elas e, consequentemente, desenvolve: a) no nível da subjetividade, possibilidade de expressão de interesses (dos mais diversos); b) no nível da objetividade, possibilidade de acoplamento de preferências de informações, selecionadas de um conjunto. A dependência acentua-se pela restrição do número de fontes em função de editorias e veículos especializados e mesmo colunistas.

No leque das pessoas que podem ser ou são fontes, há aquelas que têm capacidade estratégica⁴, isto é, que apresentam condições de: a) perceber oportunidade no fornecimento de informações para um repórter, b) ser neutro ou ter propensão ao risco, c) elaborar um plano de ganho (payoffs) envolvendo este fornecimento e, por extensão, um veículo jornalístico, d) conseguir se posicionar como fonte, e) mentalizar e desenhar o jogo que será desenvolvido, f) apreender o mecanismo mais eficiente para seus objetivos, por exemplo, tornar o repórter seu aliado.

Para tudo isto, é claro, este agente, em primeiro lugar, deve conhecer o funcionamento do jornalismo; em segundo,

perceber o interesse do repórter; em terceiro, ser capaz de possuir, para repassar, informações de alto valor jornalístico, porque isto será seu cacife. No seu plano, o agente sabe que o jogo será competitivo em relação a seu oponente, a ser alcançado através do veículo, e cooperativo com o repórter, mas, neste segundo caso, não será em um sentido puro, porque não há como fazer um contrato. Por isso, pode haver, e certamente haverá, alguma competição. Contata este profissional e oferece as informações em off – esta é a sua estratégia inicial.

Para o repórter é uma oportunidade de conseguir informações de alto valor jornalístico e, ainda, exclusivas. Aceita o risco da condição e exigência de anonimato, aliando-se com a fonte, em troca do valor das informações – esta, também, é a sua estratégia inicial.

2. A cooperação entre fonte e repórter

O fornecimento de informações em off geralmente ocorre através de entrevista, mas também pode ser feito na forma de envio, por qualquer meio, ao jornalista ou empresa. Como estamos aqui considerando, é um fornecimento fundamentado no anonimato da fonte. Esta é a sua principal regra. Por definição, existe um acordo tácito e explícito, entre a fonte e o

⁴A origem do conceito de estratégia é militar e atualmente é amplamente empregado nos negócios, veja referências [9], [18], [19] e [27]. Dele desenvolveu-se a Teoria dos Jogos, veja referências [3], [6], [7], [12] e [21]. Na perspectiva militar pode-se buscar referência em Clausewitz, in Ghyczy e outros (2002). Na perspectiva da Teoria dos Jogos pode-se indicar Simonsen (1994) e McDonald (1991).

repórter (empresa), de que este anonimato não pode ser rompido. Esta regra permite:

a) para a fonte, ampla liberdade no fornecimento de informações, ou melhor, ausência de coerções que poderiam em outra situação, como na relação fonte-repórter convencional, onde a fonte é pública, determinar os conteúdos relatados;

b) para o repórter, aquisição de informações que, de outra forma, como a entrevista jornalística convencional, não poderiam ser obtidas.

Pela elaboração conjunta, concordância e aceitação de regras, entre elas a do anonimato, o fornecimento de informações em off é um jogo cooperativo, uma negociação, porque estabelece um acordo entre os dois agentes, fonte e repórter. Esta cooperação não é pura, porque, mesmo em baixa intensidade, existem elementos que podem criar e movimentar estratégias contrárias aos interesses de um agente. (Não é apenas neste caso que a interação formada é um jogo e, por isso, deve ser analisado como tal, mas em qualquer outro que tem o objetivo de produzir informação jornalística. Esta produção é resultado de miríades de jogos, cooperativos em sua maioria,

O fornecimento de informações através do off toma a forma de um jogo cooperativo quando os dois agentes buscam ganhos cuja base é aquilo que um pode oferecer ao outro, e para isto estipulam regras.

competitivos em outras vezes, significando estratégias de fontes, jornalistas e empresários).

É um jogo cooperativo também porque é estruturado através da comunicação entre os dois agentes. A comunicação entre os jogadores faz parte de um jogo cooperativo, pois permite o estabelecimento de regras próprias, ao contrário de jogos competitivos que, no limite, devem obedecer apenas a legislação governamental, um conjunto de regras coercitivas para qualquer pessoa, porque não é possível a constituição de contratos particulares.

O fornecimento de informações através do off toma a forma de um jogo cooperativo quando os dois agentes buscam ganhos cuja base é aquilo que um pode oferecer ao outro, e para isto estipulam regras. Estas normas não são escritas, formalizadas, mas aceitas informalmente para o acerto. Este jogo, por definição, é seqüencial, de informação assimétrica (a fonte possui mais informação do que o repórter) e imperfeita (os agentes não sabem com certeza o que pode ocorrer em cada etapa), por isso, é um jogo de informação incompleta.

Pode ocorrer traição ou outra ação prejudicial de um agente a outro. Eles elaboram e acionam estratégias para ganhar

e se proteger. Uma primeira é a capacidade de imaginar e concretizar esta situação como um jogo. Tanto para a fonte como para o repórter, a iniciativa e aceitação para o fornecimento de informações em off já é uma estratégia, porque:

a) para a fonte, é o modo de, resguardando sua identidade, e assim obter segurança, satisfazer seu interesse, que é a difusão de determinada informação. Ela tem interesse nesta difusão porque acredita que causará um determinado efeito esperado. Por evidência, a decisão de fornecer informações em “off” é apenas uma etapa de um plano maior. O objetivo final da fonte está “além deste fornecimento”, mas será o que permitirá alcançá-lo, é um importante auxílio para isto, pelo menos é a sua suposição. A decisão de fornecer informações em off é capaz de afetar o que objetiva, proporcionar os movimentos desejados, na sua esfera de atuação e, portanto, estratégica.

b) para o repórter, é o modo de se obter informações de alto valor jornalístico com exclusividade. O anonimato da fonte é o “pagamento” pelas informações, mas em seu cálculo de custo/benefício, o valor jornalístico, e

A conquista de informações de alto valor jornalístico com exclusividade é o objetivo profissional de qualquer repórter e rende ganhos ao veículo.

suas conseqüências, compensam a exigência. A conquista de informações de alto valor jornalístico com exclusividade é o objetivo profissional de qualquer repórter e rende ganhos ao veículo. Como há a condição do anonimato também há a exigência de uma decisão baseada no cálculo referido, o que resulta em uma decisão estratégica.

O fornecimento de informações em off nada mais é do que a busca de ganhos, mutuamente, através da otimização dos recursos de cada agente, que são: fonte: informações de grande valor jornalístico, isto é, capacidade de impacto; repórter: possibilidade de difusão destas informações com exclusividade. A fonte sabe que suas informações têm alto valor jornalístico, se comparadas com outras possíveis de serem obtidas somente de forma convencional. Esta condição é a sua vantagem comparativa em relação a outras fontes. Esta vantagem se estrutura porque a fonte detém, com exclusividade, informações valiosas do ponto de vista jornalístico que coincidem com seus interesses se divulgadas.

Na aceitação do off, esta exclusividade é transferida ao repórter, e na difusão das informações, que é o móvel da fonte, o veículo acaba assumindo também, como seus,

os objetivos e interesses dela. A fonte também sabe do interesse do repórter, e de sua empresa, pela informações que podem ser fornecidas.

Este interesse transforma-se em necessidade, pois sabe-se, agora, que existe alguém disposto a fornecer determinadas informações, e que podem ser canalizadas para um veículo concorrente. Ainda, como o repórter sabe quem é a fonte, pode ser induzida alguma noção da qualidade de suas informações, o que dá idéia de importância deste material jornalístico. Por sua vez, o repórter percebe que o valor intrínseco das informações da fonte é a sua vantagem, e, como detentora de informações privilegiadas, assegura posição para estabelecer condições, como é o caso da regra do anonimato, para atendimento de seus interesses.

Para o repórter, o que importa é a veracidade, o alto valor jornalístico e a exclusividade das informações. Entre estes três fatores, a veracidade é o que oferece menos controle por parte do repórter. Valor jornalístico é um juízo fácil de ser feito, já que é um conceito rotineiro; e exclusividade admite apenas duas opções, sim ou não. Como a única forma de obtê-las é através do off, o repórter

A lógica do fornecimento de informações em off, portanto, é uma relação de necessidade interdependente entre fonte e repórter (um precisa do outro), baseada no anonimato da primeira e no interesse do segundo.

aceita o anonimato da fonte. Sua decisão estratégica, assim, está em que, abrindo mão da autoria pública das informações, poder obtê-las.

Em resumo: o “cacife” da fonte é o valor de suas informações, mas, para que este valor se materialize, ou, se realize, precisa difundir-las através do repórter. O cacife do repórter é a própria capacidade de difusão. A exclusividade da informação, detida pela fonte, é transferida ao repórter. A lógica do fornecimento de informações em off, portanto, é uma relação de necessidade interdependente entre fonte e repórter (um precisa do outro), baseada no anonimato da primeira e no interesse do segundo.

2.1 Regras e ganhos

O fornecimento de informações em off é uma situação de interdependência cooperativa onde os dois agentes devem obter ganhos, com obediência às regras estabelecidas mutuamente. É isto que vai assegurar o equilíbrio do jogo, evitando seu rompimento pela traição. Esta cooperação entre fonte e repórter não é resultado de “boas intenções”, mas da única forma, percebida pelos dois agentes, capaz de atender seus interesses. Por isso, este tipo de jogo é montado por necessidade.

As regras podem ser: para a fonte, a) não mentir, b) manter a exclusividade das informações; para o repórter, a) manter o anonimato da fonte, b) divulgar as informações, mantendo-se fiel ao fornecido pela fonte. Estas regras possibilitam os seguintes ganhos: a) para a fonte, expressão pública de seus interesses, via jornalismo, assegurado seu anonimato; a) para o repórter, obtenção de informação exclusiva de alto valor jornalístico. É a possibilidade real destes ganhos que determina a aceitação deste tipo de interação.

Porém, algumas situações podem romper o acordo. Por exemplo, a fonte pode ter algum incentivo para mentir (o que seria uma estratégia), o que trará prejuízos ao repórter e ao seu veículo, quando estas informações forem publicadas; em outra situação, as informações não são falsas, mas podem ser imprecisas. Se o repórter desconfiar da imprecisão será obrigado a checar, ou investigar com maior profundidade, consumindo tempo, um recurso extremamente importante no jornalismo. Em outra situação, a fonte pode ter algum estímulo para procurar utilizar, simultaneamente, outro repórter e veículo. Já o repórter pode não ser fiel às informações recebi-

das, acoplando e combinando com outras, de seu interesse, como se fossem da fonte, aproveitando-se do seu anonimato.

Em um jogo, todas as estratégias possíveis têm alguma probabilidade de ocorrer. No caso em referência, após o seu início, marcado pelo primeiro (ou único, e esta é uma peculiaridade deste tipo de jogo) fornecimento de informações, não é impossível o repórter romper o anonimato da fonte ou essa se auto-denunciar, procurando algum ganho. O que os agentes podem ou não decidir em busca de seus objetivos, estão situados dentro da suposição da racionalidade⁵.

Na Teoria dos Jogos há a hipótese de que os agentes são racionais, suas estratégias são criadas, escolhidas e ajustadas com os recursos (pensamento e ação) mais apropriados, para determinado fim. O mecanismo da racionalidade está relacionado com o cálculo de custo/benefício, cujos componentes não são, necessariamente, pecuniários ou semelhantes. Podem ser de qualquer ordem, bens tangíveis ou intangíveis. Em jornalismo, um fim (alvo) preferido é o bem intangível da imagem.

Pela suposição da racionalidade, e por suas determinações, é possível se ter previsibilidade das decisões (estratégias) dos agentes. A técnica tem como um de seus

5) Racionalidade é um conceito muito analisado em sociologia, economia, psicologia e outras áreas de conhecimento. Com enfoque na Teoria dos Jogos pode-se indicar Fiani (2004), Bêrni (2004) e Simonsen (1994).

objetivos montar uma previsão, pelo menos próxima, dos resultados do jogo, o que se torna possível somente pela hipótese da racionalidade. Jogos estratégicos significam que as decisões devem levar em conta princípios de racionalidade de cooperadores ou oponentes. Por isso, são acopladas estratégias de segurança, cautela.

2.2 A formação deste jogo de soma não-zero

Um jogo cooperativo é denominado de soma não-zero para diferenciá-lo de competições, chamados jogos de soma-zero, onde o que um jogador ganha é exatamente o que o outro perde. Neste segundo tipo de jogo não há criação de valor, apenas seu repasse, do perdedor para o ganhador; no primeiro, esta geração é possível, porque as estratégias dos jogadores confluem para um objetivo que atende os interesses de ambos. A interação fonte-repórter indica um jogo cooperativo, formando uma coalizão, e, em algumas vezes, igual a um conluio (associação na qual os agentes parecem formar um “corpo único”, com aumento da dependência recíproca), o que não significa que não possa haver conflitos configurados em competições. Ao contrário, esta é a origem da cooperação⁶, um

resultado possível simplesmente porque, como esta em análise, os jogadores concluíram que, desta forma, obterão maiores ganhos. Analisemos os dois tipos de fornecimento de informações, conforme as fontes.

2.2.1 Via fontes convencionais

O que segue, neste e em outros pontos têm como referência uma situação média do trabalho de apuração através de entrevista. O objetivo é apenas ilustrar e exemplificar determinadas situações.

O repórter procura as fontes e essas têm duas alternativas: a) fornecer informações (e interesse, de qualquer natureza, é o móvel para isto) ; b) não fornecer informações. Se a opção for a segunda, não haverá entrevista com esta fonte. Para sua negativa, certamente tem motivos, e um objetivo, e para atendê-lo, a decisão é simples: não falar.

Se a opção for a primeira alternativa, pode-se sugerir que ocorre o seguinte: como haverá identificação, a fonte vai expressar “o interesse possível” (que difere do interesse existente no fornecimento em off”, como veremos mais adiante), ou seja, o que entende ser ótimo, um resultado da sua avaliação sobre o fato, onde ponderou “o que não pode dizer” e “o que

6) Interessante análise sobre a origem e o papel da cooperação é feita por Wright (2000) e Ridley (2000).

pode dizer”. O ótimo é um resultado da relação custo/benefício. Custo é o que impede de dizer algo (por causa da identificação) e o benefício a sua possibilidade (pelo interesse que existe).

(Como dito, está se considerando uma situação média, porque suas variações são muitas. Por exemplo, uma fonte convencional pode expressar todo seu interesse, não se importando com a identificação, em uma situação equivalente, neste sentido, com o fornecimento de informações em off. Também pode dizer menos do que poderia. Como causas das duas situações pode-se indicar eficiência ou ineficiência do repórter, situação econômica e social da fonte, seu estado emocional e nível de escolaridade, como também status funcional, enfim, dependência ou independência de fatores que possam interferir em suas declarações). A Figura 1, como exemplo, mostra o interesse possível como um resultado proporcional, médio. Através dela se propõe uma forma de visualizar, graficamente, as limitações das informações captadas numa entrevista convencional.

O ótimo é um resultado da relação custo/benefício. Custo é o que impede de dizer algo (por causa da identificação) e o benefício a sua possibilidade (pelo interesse que existe).



Figura 1 – limitações das informações fornecidas pela entrevista convencional.

Através da Figura 1 pode-se observar que quanto maior a aproximação da variável z da ordenada y maior será o grau de liberdade para a fonte, que é o caso da entrevista em off. Quando há coincidência (superposição) não há nenhum grau de restrição às informações fornecidas.

Portanto, no movimento de z em direção a x ou a y se formam os graus diversos de restrições ou não. Como resultado médio, a variável “interesse possível” expressa informações com grau de importância média, que são captadas pelo repórter. A consequência é informações de valor jornalístico médio, que se espalharão na atividade com esta qualidade. A Figura 2 ilustra a formação deste resultado.

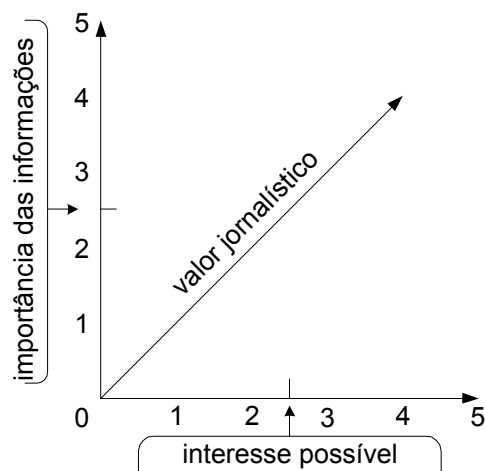


Figura 2 – o valor jornalístico médio.

Este comportamento das fontes é determinado pelos tipos de conteúdos. Por exemplo, ao contrário de fatos cujos assuntos admitem confluência e predominância de interesses políticos-econômicos-ideológicos, e outros que daí derivam, em fatos de ciência e tecnologia, sempre que não houver impedimentos legais, haverá maior autonomia da fonte e, em conseqüência, maior proximidade entre z e y ⁷ de acordo com a Figura 1. Isto porque, neste caso, os assuntos são científicos, técnicos, o que dificulta ou mesmo impede a formação de juízos de valor e mesmo de opinião, e por isso, ao mesmo tempo, condiciona para a fonte (geralmente um especialista no tema em pauta) um repasse de informação

científica-tecnológica com a objetividade e neutralidade típicas da ciência – o que permite o fornecimento de informações sem coerções.

O resumo desta interação entre fonte e repórter é: a) a iniciativa da matéria é do repórter, que vai ao encontro da fonte; b) esta concorda em fornecer informações, mas as influencia pelo seu interesse possível; c) como resultado, o valor jornalístico das informações será médio.

Como o objetivo do repórter é produzir a matéria e para isto precisa entrevistar a fonte, sua estratégia são as perguntas. Como o objetivo da fonte é expressar seus interesses, sua estratégia são as respostas. Através da sua estratégia o repórter procura captar as informações que o interessam; e a fonte manifesta o que é de seu interesse. Se os dois agentes estivessem negociando algo que pudesse ser dividido, a solução do jogo seria uma repartição do tipo meio a meio. O que cada agente busca, porém, é diferente. Os ganhos procurados são o atendimento de interesses através de informações (essas servem de substrato para os interesses). Por isso, as utilidades dos ganhos de cada um devem ter valores equivalentes, significando assim que o que quer e recebe o repórter, tenha o mesmo valor do que quer e recebe

7) A informação científica-tecnológica apresenta variações segundo o conteúdo, que vão de simples curiosidades a informações de produção, que podem ser aplicadas em processos de trabalho. Quanto mais sua utilidade estiver próxima do mundo do trabalho, e não houver entraves legais, maior a propensão da fonte em divulgá-la por inteiro, ou seja, sem nenhuma restrição. É o que ocorre com a informação jornalística que tem enfoque em temas técnicos da agropecuária, com fontes que são profissionais das ciências agrárias e produtores rurais. Já em relação aos seus temas políticos, como a questão agrária, trabalho infantil e de mercado, por exemplo, existem restrições. (O assunto “transgênicos” foi transformado em tema político, embora seja técnico). Informações sobre saúde, tão em voga atualmente, também fazem parte do tipo onde as fontes procuram divulgar intensa e integralmente.

a fonte.

Para satisfazer os dois, portanto, as informações que interessam ao repórter devem também incluir o interesse da fonte e inversamente. (Este mecanismo se desenvolve intensamente com fontes cativas, aquelas que são procuradas frequentemente pelo repórter. A repetição da interação ensina o que é melhor para cada um).

A coincidência de interesses está na equalização entre valor jornalístico e interesses. Isto é, o que é notícia, ou o que tem valor jornalístico para o repórter, deve ser capaz de expressar, ao mesmo tempo, os interesses da fonte. Esta é a situação ideal deste jogo. Ninguém perde e há uma divisão eqüitativa do valor gerado pela participação de cada um.

2.2.2 Via fontes não-convencionais

A iniciativa para um acordo tanto pode ser do repórter como da fonte, e sobre esta decisão, pode-se dizer: a) quem faz a proposta não é avesso a riscos. Por isso, a diferença que mostra o agente na iniciativa deste jogo é ter um certo “espírito” de jogador, de possuir alguma intimidade com o risco e saber administrá-lo. A atividade de repórter, porém, já contém um nível de risco considerável, certamente maior do existente em mui-

Toda e qualquer matéria representa relações com riscos, desde a percepção de sua importância até possíveis processos judiciais.

tas profissões (e estamos aqui nos referindo aos riscos nesta interação, apenas, pois se sabe dos riscos que existem na exposição física do repórter em diversas situações de reportagem). Toda e qualquer matéria representa relações com riscos, desde a percepção de sua importância até possíveis processos judiciais. A minimização do risco passa pela estrutura de confiabilidade que deve (ou deveria) existir de forma intensa e permanente neste processo de trabalho, como pautas, apuração e checagem eficientes, o que significa formas de controle que resultem em ocorrência de erros que tende a zero. b) é um componente de custo para quem recebe a proposta do off (que significa um convite para a participação em um jogo), pois traz risco consigo. Logo, para aceitá-la, o agente também deve ter alguma propensão ao risco.

Este jogo, como qualquer outro semelhante, oferece riscos para seus agentes, que, diante deles nada podem fazer a não ser procurar minimizá-los através de estratégias. Risco, em qualquer quantidade, é inerente a jogos estratégicos. No caso, os maiores riscos são: para a fonte, a revelação de sua identidade; para o repórter, a falsidade das informações. Existem também riscos menores que po-

dem se relacionar mais ou menos com os principais. Por exemplo, para a fonte, são possíveis indicações de sua identidade, por vontade ou descuido do repórter. Também constitui risco oferecer informação sem ou com pouco valor jornalístico, por avaliação falha. O prejuízo será a revelação desta sua vontade. Para o repórter, são captações de informações falsas, ou verdadeiras, mas imprecisas. Uma outra situação de risco é a fonte municiar o repórter com informações confusas ou fuzzi, ou, ainda, fluídas.

Para se resguardar, os jogadores criam e desenvolvem estratégias, que devem ser eficientes para impedir traições e, ao mesmo tempo, permitir o andamento do jogo e obter ganhos mútuos. As estratégias têm a função de coordenação das decisões: o movimento de um jogador implica em condicionar o movimento do outro. Em um jogo de informação imperfeita, como este, cada rodada, ou tomada de decisão (ou ainda aplicação de estratégias), deve significar fortalecimento do acordo, pela demonstração mútua da cooperação. A manutenção do trato deve estar embutida numa decisão – sinais estratégicos para o prosseguimento do jogo.

O problema de cada agente é que, mes-

mo que exista um trato para atuação conjunta no fornecimento e divulgação de informações, não há como ter certeza de que os propósitos estabelecidos serão respeitados. A estrutura do jogo do off é de um jogo cooperativo⁸, mas pode assimilar, apresentar e fazer funcionar em sua engrenagem componentes de jogos competitivos, como a disputa de quantias de ganhos.

3. A dinâmica do jogo do off

Interesse é a palavra-chave (e a determinação) que explica a iniciativa e aceitação, tanto do repórter⁹ quanto da fonte, para a constituição de um acordo com a finalidade de gerar informação jornalística.

O interesse do repórter é elaborar uma matéria que, feita através desta forma de reportagem, devido as circunstâncias, se supõe importante do ponto de vista jornalístico. Esta motivação, pelo menos inicial, é equivalente tanto para o caso de o repórter tomar a iniciativa quanto a ser envolvido por iniciativa da fonte. O interesse da fonte é expressar informações suas através do jornalismo.

Há diferença entre os interesses de uma fonte implicada num fornecimento

8) Veja Simonsen (1988).

9) No caso Watergate a iniciativa foi do repórter Bob Woodward, aproveitando uma fonte que conhecia do governo. Como dizem Bernstein e Woodward (1977:60), “Woodward tinha um informante no Poder Executivo com acesso a informações do CRP (Comitê para a Reeleição do Presidente – HAS) e da Casa Branca. Sua identidade era completamente desconhecida de qualquer outra pessoa, exceto Woodward. Só podia ser contactado em circunstâncias muito importantes. Suas conversas serviriam apenas para confirmar informações obtidas de outra fonte e para dar a eles maior perspectiva. Em terminologia jornalística, isto significava que as discussões entre ambos seriam ‘em profundidade’”. Observe-se que o repórter procurou, nesta fonte, confirmação de informações, o que significa tentativa de minimizar seu risco em relação a erros.

de informações em off e outra convencional. A primeira, se é capaz de tomar esta iniciativa, é porque possui informações privilegiadas, originadas em fatos, sim, como quaisquer outras informações de valor jornalístico, mas conhecidas apenas pelo agente ou por um grupo no qual faz parte. O seu objetivo é divulgar integralmente o que é de seu interesse, ao contrário do que ocorre com a fonte convencional. Sua vantagem é a propriedade e a qualidade das informações, e uma estratégia – mas a principal – é o anonimato. Elabora um plano de ação e para executá-lo precisa do repórter.

Esta fonte apresenta suficiente capacidade de planejamento e implementação de estratégias. Em primeiro lugar, porque estrutura um plano que contém grande probabilidade de sucesso (e isso é calculado), pois seu recurso proporciona a condição de construir, e controlar, um fato que tem alto valor jornalístico, logo, grande impacto. Enquanto a fonte convencional depende do acaso para que seja criada a oportunidade de expressão, a fonte não-convencional gera o acontecimento; seu movimento é na direção da certeza desta ocorrência.

Em segundo lugar, porque se esta fonte tem a capacidade de montar um pla-

no deste tipo tem também conhecimento de formação de jogo, de movimentos baseados em interesses, ou seja, de estratégia, e isto a diferencia em relação à fonte convencional. São estas qualidades que permitem a determinado agente o estabelecimento deste acordo.

Em resumo: um acordo para fornecimento de informação em off, entre fonte e repórter, é realizado quando os dois percebem oportunidade para atendimento de seus interesses, o que significa ganhos mútuos, mas maiores do que aqueles que poderiam ser conseguidos individualmente. A intenção e mesmo a concretização de um acordo, ou jogo cooperativo, indica possibilidade maior de ganhos, se tomada como referência os possíveis desempenhos individuais dos agentes. Esta questão está relacionada à racionalidade dos indivíduos¹⁰. Assim nasce esta interação. A fonte concorda em fornecer informações porque obterá a sua difusão, o que é o seu interesse. O repórter aceita o acordo pelo valor do impacto jornalístico que as informações colhidas podem proporcionar. Esta é a dinâmica interna deste jogo. Observe-se que as condições dos dois agentes se ajustam perfeitamente para esta cooperação. A dinâmica externa são as forças de concorrência no mercado do jor-

10) Veja Shubik (1992).

nalismo. Estas pressões condicionam a busca de diferenciais nos veículos, como, por exemplo, informação exclusiva.

Sobre o anonimato¹¹ pode-se dizer: se, por definição, em jornalismo é a autoria pública que dá credibilidade à informação (e esta credibilidade¹² é o suporte de sua importância), no fornecimento de informações em off é o impacto do conteúdo que assume e produz valor, expressado na capacidade jornalística apresentada pela revelação das informações, o que repercute em conquista de audiência. A credibilidade é transferida ao veículo, que assume a responsabilidade, tanto em caso de fraude como em ganho jornalístico. A justificativa para a aceitação do anonimato está na expectativa de criar impacto através da informação conseguida, o que salienta e diferencia o veículo na competição do mercado de audiência. Porém, divulgar informação em off é um procedimento que contém riscos maiores daqueles existentes em fornecimentos convencionais de informações.

Segue análise sobre conceitos que estruturam este jogo: a função utilidade, a dependência pela fonte, ação e comportamento tit-for-tat, desvios da cooperação e estratégias dominantes.

3.1 A função utilidade

Após a divulgação das informações é possível se constatar ganhos e perdas. Se houve impacto (e em exclusividade, ainda), e as informações fornecidas eram corretas, verdadeiras, o repórter e sua empresa receberam o que esperavam, como pagamento. A fonte também recebeu o que esperava, já que a sua intenção era a própria divulgação das informações repassadas, na integralidade, e ainda com impacto, o que significou maior interesse público pela matéria, reforçando seu benefício. Estes ganhos dos jogadores eram “esperados”, mas não eram “certos”, pois poderia haver perdas.

Para o repórter e sua empresa, por exemplo, as informações poderiam não gerar o impacto esperado, ou então, as informações poderiam ser falsas; para a fonte, a divulgação poderia focar somente uma parte das informações fornecidas (aquelas que pouco representam o seu interesse) ou, ainda, ocorrer sem ou com pouco impacto em consequência de decisões de edição. Porém, supondo que os agentes estão satisfeitos com os resultados, significa que a utilidade esperada por cada um correspondeu às expectativas de ganho.

São utilidades esperadas porque se trata de distribuição de probabilidade. No

11) As formas de anonimato diferem conforme os tipos de veículos, desde a supressão do nome ou algum outro dado sobre a fonte, no jornalismo impresso, até a alteração da sua voz e desfocalização da imagem, em veículos eletrônicos, rádio e televisão, por exemplo. Todas estas situações podem ser compreendidas através da perspectiva de um jogo.

12) Não é apenas no jornalismo que a autoria pública assegura a credibilidade, mas em qualquer situação onde uma informação divulga algo considerado importante. “Quem disse isto?”, “Qual a fonte desta informação?” são perguntas comuns após este tipo de informação. Um caso clássico de informação sem autoria é a fofoca, sempre em off, por natureza. Apesar de que os fofoqueiros sejam conhecidos, sempre negam a autoria do mexerico ou da intriga. O fofoqueiro é um jogador e a fofoca é a sua estratégia em disputas ou coalizões.

momento do jogo, cada agente atribuiu uma probabilidade para a ocorrência de sua utilidade e perspectiva de ganhos. Por exemplo, a utilidade “impacto” (repórter e empresa) e a utilidade “divulgação integral de informações” (fonte). (Sobre utilidade veja apêndice).

Se se estivesse tratando de um benefício único para os dois, ou seja, do mesmo tipo, como dinheiro, por exemplo, a solução deste jogo seria a divisão equitativa da quantia negociada (a referência é uma situação média, para fins deste estudo, porque esta divisão poderia resultar em percentuais diferentes, e mesmo assim demonstrar um equilíbrio). No caso, os payoffs são de naturezas diferentes. Por isso, os benefícios devem ter utilidades equivalentes (ou seja, cada jogador deve reconhecer na utilidade do outro um valor equivalente a sua própria utilidade). Os valores das utilidades para cada agente devem ser iguais; por exemplo, para o repórter/empresa a utilidade do impacto e exclusividade deve ser igual a utilidade da divulgação atribuída pela fonte, e inversamente.

3.2 A dependência pela fonte

Nesta comparação, observa-se que a fonte tem uma vantagem inata: dela

Os valores das utilidades para cada agente devem ser iguais; para o repórter/empresa a utilidade do impacto e exclusividade deve ser igual a utilidade da divulgação atribuída pela fonte, e inversamente.

depende a possibilidade de ganho do repórter/empresa. Isto porque o ganho procurado pela fonte, a divulgação, é, na verdade, uma necessidade do jornalismo, e não dela. No limite, a fonte pode prescindir da divulgação, procurando outra forma para atender seus interesses, e talvez seu payoff fosse o mesmo. Mas, para o veículo, isto seria uma perda, ou deixar de ganhar, pois a difusão de informações é a sua finalidade, o seu negócio, principalmente neste caso onde a informação da fonte apresenta alto valor jornalístico. Isto caracteriza dependência pelas fontes, qualquer fonte.

Da mesma maneira que um estabelecimento comercial necessita de clientes, um veículo jornalístico necessita de fontes (como também de fatos “bombásticos”). O estabelecimento comercial restringe o leque de seus clientes através de sua especialização, e o veículo não tem esta restrição (a não ser que seja especializado, o que não é a referência), ao contrário, a quantidade de fontes segue a extrema amplitude da natureza dos fatos noticiáveis. A sua fragilidade, porém, está na qualidade do que pode ser oferecido pelas fontes, convencionais e não-convencionais, pois aí está o conteúdo que pode criar impacto, mostrar capacidade e conquistar audi-

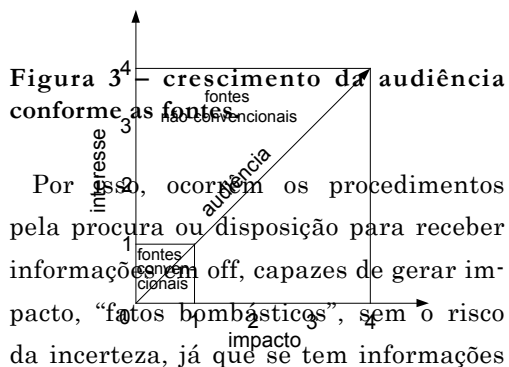
ência, ou não. Por isso, a oportunidade de divulgar uma informação em off é valiosa. A figura 3 sugere a visualização do crescimento da audiência através de informações originadas nos dois tipos de fontes.

A conquista de audiência através do interesse gerado pelo impacto da informação é um incentivo para o repórter/empresa. Um veículo necessita de fatos “bombásticos”, mas estas ocorrências são aleatórias, baseadas na incerteza, o que não combina com um processo empresarial de notícias, que, por definição, como qualquer outra atividade econômica, deve se independentizar do acaso.

Um veículo necessita de fatos “bombásticos”, mas estas ocorrências são aleatórias, o que não combina com um processo empresarial de notícias, que deve se independentizar do acaso.

a priori dentro de uma situação criada por agentes e não pelo acaso, e assim passível de ser controlada (e aqui entram as capacidades individuais, tanto da fonte quanto da repórter neste controle) e, ainda, que pode ser repetida, reproduzida ou manter continuidade. A figura 4 mostra a divulgação inicial e a evolução da intensidade do impacto e interesse. A continuidade procura manter o impacto inicial, mas há decréscimo, reduzindo o interesse pela informação jornalística.

Isto ocorre com qualquer fato noticiável e o fenômeno é semelhante ao que acontece através da utilidade marginal de produtos. Na primeira divulgação da notícia o impacto chega ao seu ponto máximo, o que significa o mais alto valor jornalístico, por extensão o interesse máximo, e, em consequência, audiência determinada para este nível. O veículo procura manter o interesse através de impactos, mas, gradativamente, estes diminuem, até o desaparecimento, o que elimina totalmente o interesse. Estes movimentos são resultados da produção de informação, coagida pela necessidade de impacto.



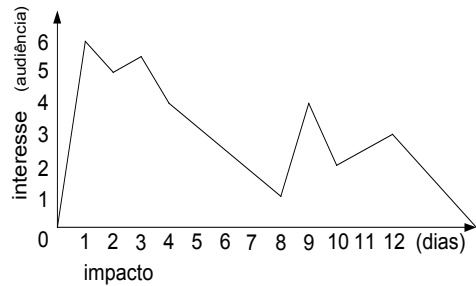


Figura 4 – evolução do impacto e interesse.

Para melhor visualização destes movimentos, a Figura 5 mostra o interesse médio – um valor importante para a percepção de níveis e constância do impacto e, por extensão, a validade da notícia.

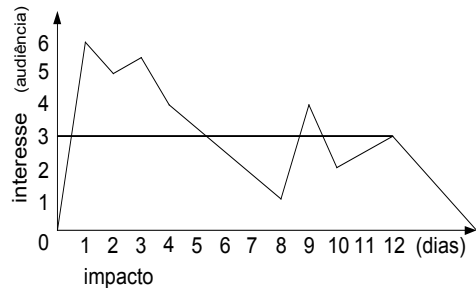


Figura 5 – visualização do interesse médio.

A dependência dos veículos em relação às fontes é exposta na regra que reza divulgar o que dizem uma fonte “a favor” e outra “contra”, ou fontes que apresentem informações com sentidos opostos dentro do mesmo fato. É uma saída para

A imparcialidade, no entanto, não está na simples exposição do que dizem fontes antagonônicas, mas na revelação da verdade dos fatos (...).

a busca de imparcialidade e também para atenuar tentativas de processos judiciais, e que tende ao equilíbrio porque, se as duas fontes têm tratamento igual, os propósitos de cada uma serão anulados pela contraposição das informações. Este equilíbrio é a média resultante dos interesses divergentes, que se anulam como pontos extremos. É redução de impacto, um resultado da oposição de um conteúdo a outro. Impacto é produzido por uma fonte somente, porque o conteúdo é convergente para determinados pontos de um fato, não sofrendo nenhuma força contrária para desviar-se do seu foco. Duas fontes, que se contrapõem, iguais a dois vetores, se anulam.

A imparcialidade, no entanto, não está na simples exposição do que dizem fontes antagonônicas, mas na revelação da verdade dos fatos – o que pode acontecer via repórter, jogando, em cooperação, com as fontes.

3.3 Ação e comportamento tit-for-tat

A análise de um problema através da perspectiva da Teoria dos Jogos exige não apenas o pressuposto da racionalidade, mas também uma compreensão que focalize o agente preocupado consigo mesmo e não com outros indivíduos ou grupos –

em uma ação (sociológica) e um comportamento (psicológico) associados ao individualismo e egoísmo. Esta forma de abordagem, certamente, tem origem no pensamento clássico de Smith (1983)¹³. E parece ser a única possível para tratamento de jogos, tanto competitivos quanto cooperativos, porque o ponto de partida é uma constatação simples: as pessoas querem ganhar, não perder.

No segundo caso, tema deste trabalho, por certo já ficou compreensível que o jogo entre a fonte e o repórter é um resultado de necessidade recíproca para ganhos mútuos. Como são miríades de situações em todas as esferas da sociedade. Cooperação entre pessoas não é demonstração de ausência de egoísmo ou mesmo de antiindividualismo, simplesmente é uma forma racional (e inteligente) para obtenção de benefícios mútuos.

O jogo do off pode ser enquadrado em um esquema de interação cooperativo denominado tit-for-tat, ou, simplesmente “toma-lá-dá-cá”¹⁴. Em primeiro lugar, a cooperação entre a fonte e o repórter existe porque os dois assim querem. Em segundo, o jogo inicia com alguém cooperando, a fonte, certamente, e, se o repórter corresponder à colaboração,

fecha-se a primeira rodada com os dois agentes recebendo e agregando valor aos seus interesses individuais. Em terceiro, e por isso, os agentes percebem que cooperar resulta em mais do que seria possível captar individualmente.

Em resumo, este princípio de cooperação pode ser assim compreendido: “eu te ajudo se você me ajuda”. O cimento da cooperação, portanto, não é a reciprocidade vazia, mas uma possibilidade real de conseguir benefícios conjuntos – sem ela não há como haver algo semelhante a um acordo para obtenção de ganhos mútuos.

3.4 Desvios da cooperação

Se, cooperando, há maior probabilidade de obtenção de benefícios, por que haveria rompimento do acordo no jogo do off? E quem tem maior propensão para este rompimento? Uma resposta certamente é a percepção, por algum agente, que seus ganhos não estão sendo proporcionais a sua entrada (participação) no jogo. Se o jogo é cooperativo é de se supor que a fonte calcule a justiça de seu payoff. Como na transmissão que se forma entre os dois jogadores o input de informação tem origem na fonte, e o output no veículo, será a primeira que deve perceber alguma discrepância.

A predominância (“cacife”) da fonte nes-

13) Como diz Smith (1983: 50), “É isto o que faz toda pessoa que propõe um negócio a outra. Dê-me aquilo que eu quero, e você terá isto aqui, que você quer – esse é o significado de qualquer oferta desse tipo; e é dessa forma que obtemos uns dos outros a grande maioria dos serviços que necessitamos. Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro que esperamos nosso jantar, mas da consideração que eles têm pelo seu próprio interesse. Dirigimo-nos não à sua humanidade, mas à sua auto-estima, e nunca lhes falamos das nossas próprias necessidades, mas das vantagens que advirão para eles.”

14) Conforme Bêrni (2004:102), “A estratégia tit-for-tat consiste numa regra de decisão adotada por um jogador, a ser usada em contextos de interações sucessivas com outros jogadores. Esta consiste em, na primeira interação, cooperar com o outro jogador e, a partir daí, repetir a ação deste, qualquer que ela seja. Assim, Ana inicia cooperando. Se Beto coopera na primeira jogada, a segunda jogada de Ana também será a cooperação, ao passo que, se Beto não cooperar na primeira, ela o pune, deixando de cooperar em sua segunda jogada”.

15) Circula no meio jornalístico que a agenda de telefones de um jornalista é um patrimônio. É certo que há necessidade de fontes, mesmo porque o jornalismo, ainda, não tem outra opção para a elaboração de matérias. Mas também é certo que este modelo de produção, baseado exclusivamente neste componente, criou uma estrutura de dependência que possibilita a aplicação das mais variadas estratégias de ação via jornalismo.

te jogo, e esta sua situação é facilmente percebida por ela, é um fator que estimula o cálculo para definir um payoff justo em relação a intensidade de sua participação. Porém, não é apenas no fornecimento de informações em off que pode haver divergências e daí resultando estratégias de rompimento e mesmo vingança, retaliação. No relacionamento com fontes convencionais que se tornam cativas¹⁵, seja por especialização em algum assunto, seja por algum interesse do próprio veículo ou seja por capacidade estratégica de quem deseja ser fonte, a situação é semelhante.

Fontes governamentais não estão nesta condição porque são públicas; são fontes freqüentes, num mesmo sentido de “cativas”, porque desempenham uma função pública e, por isso, são requisitadas. A posição destes agentes, como fontes, é estratégica, mas isto porque há um resultado também estratégico, ganhos eleitorais e/ou articulações políticas para a dominância de espaços do Estado. Evidentemente, estas fontes têm cursos de ação estratégicos em relação a veículos, profissionais e assuntos. Mas, como agentes políticos, são passíveis de críticas públicas no que se refere a aceitar ou não ser fonte, o que não ocor-

re com os outros agentes, privados.

Se há sentido no fato de a fonte prevalecer nesta relação, pois é a proprietária das informações, isto não significa minimização da posição do repórter (empresa), pois o veículo pode atuar, através de estratégias de repórteres e editores, contra algum interesse da fonte. O veículo também tem “cacife”, e no balanço do poder estratégico de cada agente, a melhor estratégia é a cooperação.

Os desvios desta cooperação estão relacionados a duração dos jogos. Em um jogo de apenas uma rodada (a fonte fornece a informação e o repórter a publica, finalizando o acordo) existe maior probabilidade de ações de confronto do que em jogos repetidos, porque no primeiro é frágil a estrutura do acordo (regras, ganhos, categorias de informação) que, à medida da repetição, se afirma.

3.5 Estratégias dominantes

Se a fonte tem predominância, pela propriedade de informações privilegiadas, teria alguma estratégia dominante (aquela que pode dispor independentemente do que faça o repórter)? Esta propriedade torna-se, justamente, o suporte para a existência de uma estratégia dominante. No jogo, o caráter de proprietário preva-

lece, e daí a aplicação de sua estratégia dominante, apoiada também no anonimato: a fonte pode selecionar as informações, em quantidade e qualidade, do total possuído, para o fornecimento ao repórter. Esta seleção permite, além de atender seu interesse primeiro (divulgar o que interessa), e também atender o interesse do repórter, maximizar a posse de informações e, assim, manter a sua posição estratégica como fonte. Esta seleção significa saber administrar o seu “cacife” e é uma estratégia que permite repetição do jogo. É a melhor estratégia da fonte; é dominante porque o repórter não tem nenhuma estratégia que possa se confrontar com ela, no sentido de anulação.

O repórter tem pelo menos quatro estratégias dominantes; a primeira: independentemente do que a fonte fornece, ele pode omitir, acrescentar, ajustar, informações. Por certo, este jogo será de apenas uma rodada, pois a fonte não aceitará a decisão do repórter e romperá o acordo. Mas, é uma ação possível e deve ser considerada como uma estratégia do repórter (que pode ganhar ou perder com esta decisão). A segunda: após receber as informações, o repórter pode checar o seu conteúdo, verifican-

Se a fonte tem predominância, pela propriedade de informações privilegiadas, teria alguma estratégia dominante (...)? Esta propriedade torna-se, justamente, o suporte para a existência de uma estratégia dominante.

do a veracidade e precisão, por exemplo. A terceira: pode investigar para obter informações sobre a própria fonte e mesmo para ampliar o estoque fornecido por ela.

Nos dois últimos casos o repórter pode empregar uma outra estratégia aí relacionada e também dominante: a preferência pelo jornalismo de precisão (sobre esta técnica veja referências 13 e 14). É uma estratégia porque seus resultados são capazes de afetar a própria fonte ou outros agentes envolvidos em informações por ela fornecidas. Isto porque a informação precisa comprovada certamente é o maior “cacife” de um jornalista em situações de interdependência, mais ou menos intensas.

O emprego do jornalismo de precisão, como também da investigação jornalística, são estratégias dominantes porque a fonte não possui capacidade de controle e mesmo de confronto em relação a elas.

Estratégias dominantes são “o maior e melhor cacife” de qualquer jogador. Para ele, o pior dos mundos é quando não há nenhuma estratégia dominante. O jogo pode ser cooperativo, mas é um jogo.....

4. Conclusões

Procuramos sistematizar neste artigo conceitos que envolvem o jogo do off – um acordo entre fonte e repórter para forne-

cimento anônimo de informações privilegiadas e subsequente divulgação, de forma exclusiva, por um veículo jornalístico.

Denominamos este trabalho como “jogo do off” porque o relacionamento fonte – repórter, anônimo ou não, é um jogo, não de azar, mas estratégico, e cooperativo, porque seus agentes lançam mão de estratégias para obtenção de ganhos mútuos. Portanto, se o enfoque é o relacionamento interdependente e cooperativo da fonte e do repórter, buscou-se na Teoria dos Jogos alguns elementos para a elaboração do texto.

Nossa intenção foi montar um modelo conceitual de um momento importante no jornalismo: o fornecimento anônimo de informações. Para fins de comparação, também foi analisado o fornecimento convencional de informações, com identificação da fonte. A relação fonte – repórter, convencional ou não, é a base do ramo jornalístico porque é a maneira predominante de produção de informação. Esta predominância, no entanto, indica dependência dos jornalistas pelas fontes.

O jogo do off é montado quando um agente, a fonte, tem o objetivo de divulgar informações que possui, de alto va-

O jogo do off é montado quando um agente, a fonte, tem o objetivo de divulgar informações que possui, de alto valor jornalístico, para atendimento de seus interesses.

lor jornalístico, para atendimento de seus interesses. O “cacife”, ou recurso, da fonte é exatamente este: suas informações têm valor jornalístico e, ao mesmo tempo, se divulgadas, irão ao encontro de interesses seus. Para isto, faz contato com um repórter, propõe este fornecimento e faz uma exigência, o anonimato.

Pelo valor das informações, e oportunidade de exclusividade, o repórter concorda – concretizando-se, assim, um acordo, um jogo cooperativo. Forma-se uma coalizção que, atendendo o interesse jornalístico, um ganho do veículo, também atenderá os interesses privados da fonte.

É o princípio da cooperação que coordena os movimentos dos dois agentes, mas isto não impede que possa haver ações reais de confronto, ou competição interna. A cooperação é apenas uma necessidade destes jogadores, não um trato impossível de ser rompido.

Apêndice: a utilidade da informação jornalística

Utilidade, ou valor-utilidade, ou ainda valor-de-uso, é um conceito que encontra-se na economia política clássica, como, por exemplo, (Smith (1983), Marx (1983) e na escola marginalista de economia Böhm-Bawerk (1986). O conceito também é es-

tudado, exaustivamente, por Pareto (1984). Dentro da Teoria dos Jogos há a função utilidade, uma idéia que tem raiz comum com os conceitos dos autores referidos, mas cuja concepção tem o enfoque de racionalidade de agentes em processos decisórios. Nesta teoria, a fonte originária da concepção de utilidade é a filosofia utilitarista de Jeremy Bentham (1979).

Segue resumida análise da utilidade da informação jornalística. Igual a qualquer outro produto ou serviço, a informação jornalística deve incorporar utilidade¹⁶ para ser aceita em seu mercado, no caso, de audiência. Qual a sua serventia? Expressar informações sobre fatos que tenham interesse jornalístico (isto é, interesse público e interesse para o público), desconhecidos até então pela audiência, através de uma forma básica, a notícia¹⁷, gerada tanto por fatos externos ao veículo como por descobertas de repórteres. A origem da informação jornalística são fatos que, enquadrados em leis do jornalismo, tornam-se focos de trabalho de jornalistas.

Pode-se falar em leis porque são categorias que mostram ser válidas empiricamente. No cotidiano do trabalho jornalístico, às vezes são percebidas, mas

geralmente desconhecidas, porque não é preciso levá-las em consideração a priori diante de um fato – elas se impõem, automaticamente, em qualquer situação editorial. Por exemplo, as leis da atualidade, proximidade, impacto, onde o valor jornalístico está, respectivamente, no fato mais atual, no mais próximo da audiência e no mais impactante. Qual a força que estimula o encurtamento do tempo na difusão de uma notícia até o limite do “ao vivo”? Por que a distância minimiza a importância de determinados fatos e a aproximação a maximiza? O que explica o interesse público por um acidente onde morreram 30 pessoas e o desinteresse por outro onde ninguém ficou ferido? As respostas estão em algumas leis da notícia, ou seja, determinações da sua “natureza”.

A utilidade mencionada é intrínseca a notícia, pois sua natureza é o de tornar conhecido algo desconhecido. Pode parecer estranho ser dito que a utilidade da notícia está na sua própria natureza, afinal, isso equivale a dizer que o seu valor-de-uso não é produto do trabalho, mas de alguma coisa “natural”, logo, não teria valor econômico e, por extensão, não incorporaria preço, o que não é verdade. A informação jornalística tem

16) A informação jornalística é resultado de trabalho, e sua forma acabada se dá como produto industrial-comercial. Logo, tem valor de uso. Mas é interessante notar que sua utilidade raramente é estudada. No entanto, diante do acirramento da concorrência no ramo jornalístico, entre veículos do mesmo nicho de mercado e também de forma cruzada, e com a intensidade do crescimento de produtos/serviços via internet, a sobrevivência e expansão de empresas vai depender de se saber, cada vez mais com eficiência, as possíveis e reais utilidades da informação jornalística. Isto porque as necessidades de conhecimento são vinculadas, na maioria das vezes, à situações conjunturais. Marx (1983:45) diz: “Cada coisa útil, como ferro, papel etc., deve ser encarada sob duplo ponto de vista, segundo qualidade e quantidade. Cada uma dessas coisas é um todo de muitas propriedades e pode, portanto, ser útil, sob diversos aspectos. Descobrir esses diversos aspectos e, portanto, os múltiplos modos de usar as coisas, é um ato histórico”. Em nota que segue, o autor ilustra: “A propriedade do imã de atrair ferro só se tornou útil depois de descobrir-se por meio dela a polaridade magnética”.

17) A notícia é a forma básica de informação jornalística porque dela deriva qualquer outro tipo de matéria, desde a reportagem até notas em colunas. Como qualquer conteúdo em jornalismo deve ser inédito, novo, a idéia de notícia permeia todos os tipos de informações editadas. Esta dinâmica é a causa da busca intensa de informação pelos veículos, através de um número expressivo de fatos e, por extensão, de fontes.

os custos proporcionais à sua qualidade. Por exemplo, informação com menor qualidade é fácil de ser produzida, demandando pouco tempo de trabalho para isto, por isso, é mais barata. O inverso é verdadeiro: reportagens de qualidade demandam tempo e custos proporcionais.

Ocorre que a “geração” de notícias não é realizada pelos jornalistas dos veículos, mas por a) uma constelação de agentes relacionados com fatos conectados a ações humanas, e, por b) motivos exclusivamente próprios do mundo natural.

A atividade jornalística apropria-se das informações originadas destes fatos e, a partir deles, desenvolve formatação – o que contém valor agregado, pois significa trabalho incorporado. Mesmo nos casos de pautas criadas, a produção será apenas no acréscimo e combinações de informações diante e sobre fatos.

Se diz “sua natureza” (em relação a notícia) porque ela não foi inventada para ter uma utilidade, como um sabonete, por exemplo; não tem forma nem conteúdo específicos, componentes que são determinados conforme as condições técnicas e interesses editoriais dos veículos e os fatos que a originaram. O pressuposto para a sua existência é o desconhecimento de fatos noticiáveis; quando já co-

O que explica o interesse público por um acidente onde morreram 30 pessoas e o desinteresse por outro onde ninguém ficou ferido? As respostas estão em algumas leis da notícia, ou seja, determinações da sua “natureza”.

nhecidos, não há possibilidade de constituí-la, ou seja, é impossível a produção de notícia a partir de algo sabido. Num sentido mais abstrato, a notícia, para existir, exige o desconhecimento, a priori, de seu próprio conteúdo. Comparada com muitos outros valores-de-uso a notícia tem esta peculiaridade.

Os outros valores-de-uso são produzidos e ofertados no mercado, e serão adquiridos e consumidos conforme preferências individuais, mas, primeiro, existem, são reais, anunciados para que seja conhecida sua existência. A utilidade prevista vai atender alguma necessidade, latente ou manifestada. Com a notícia isto não ocorre; a utilidade está na exposição de informações sobre fatos que, conforme o impacto provocado, desenvolve graus diversos de interesse, desde a sua inexistência (nenhum interesse) até a sua suficiência. Mas não há interesse prévio pela notícia, nem necessidade, já que ela é desconhecida. O interesse e o uso real (determinados por atribuições individuais) surgirão, ou não, somente após sua existência. Desta utilidade da notícia deriva um leque de empregabilidade. Desde entretenimento até a formação de opinião; de um reforço até a fragilização de uma convicção política-ideológica, passando por uma tomada

de decisão econômica ou política. Em todos os casos, é um componente adicional no pensamento e ação – portanto, útil.

Em tomadas de decisões, políticas, econômicas e outras, o valor da informação jornalística é o que se ganha ou se perde, através ou não de seu uso. E, quanto menos incompleta e mais verdadeira, como também precisa, for a informação, menos risco oferecerá ao decisor, o que implica em probabilidades maiores de ganhos e menores de perdas. Qualquer processo decisório, do mais simples ao mais complexo, é baseado em informações; algumas provenientes da própria intuição e outras de fontes objetivas, exteriores ao indivíduo, como a informação jornalística.

Na perspectiva da Teoria dos Jogos o conceito de utilidade implica na objetivação de preferências, isto é, necessidade de quantificar e listar grandezas, que são escalas de escolhas, levando-se em conta o critério de perspectiva de ganho. As utilidades são expressas e organizadas em lista, por ordem de preferência do jogador, servindo como base para a hierarquia a probabilidade de maximização dos ganhos.

Os objetos de preferência são subordinados ao conceito de utilidade, ou seja,

Em tomadas de decisões, (...)o valor da informação jornalística é o que se ganha ou se perde, através ou não de seu uso. E, quanto menos incompleta e mais verdadeira, como também precisa, for a informação, menos risco oferecerá ao decisor...

todos os produtos têm esta função em comum, “como valores de uso”, condicionados pela utilidade esperada, uma probabilidade de ganho.

Para que um agente do jogo do off calcule e atribua maior ou menor utilidade para uma informação em relação a outra, o que significa maior ou menor probabilidade de ganho, a informação deve ter maior ou menor valor de uso do que a referente. Este valor é uma atribuição subjetiva que precisa ser formalizada em termos numéricos. Isto é, deve ser objetivada através de quantificação e hierarquizada, conforme objetivos, interesses e estratégias.

A análise da utilidade esperada, tanto pela fonte quanto pelo repórter, inicia antes do jogo, pois aqui já existem duas opções diante da possibilidade de acordo, e que resultam em valores diferentes. Qual a alternativa que trará maior ganho? A resposta definirá a preferência: aceitar o jogo, não aceitar o jogo. Para a fonte, a perspectiva de ganho total já é dada neste ponto inicial, restando seu monitoramento, se concordar. Isto porque ela é capaz de calcular o valor de retorno (atendimento de seus interesses) de sua entrada e permanência no jogo, em relação às informações que possui.

Para o repórter é diferente. Uma vez dentro do jogo existe a probabilidade de receber mais informações além daquelas que motivaram a fonte, e, ainda, que alguma informação possa alavancar outras pautas (afinal, como se sabe, informação tem existência sistêmica – uma leva a outra). São estas três as utilidades esperadas do repórter. A preferencial é aquela oferecida pela fonte (porque a ocorrência do fornecimento é certa), seguindo, o possível indicador para outras matérias, e, após, o provável acréscimo.

Hélio Ademar Schuch

O autor Doutor pela ECA-USP e é professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Referências Bibliográficas

- [1] BELAU, Angel Faus (1996) – La Ciencia Periodística de Otto Groth. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra.
- [2] BENTHAM, Jeremy e STUART MILL, John (1979) – Uma Introdução aos Princípios Da Moral e da Legislação Coleção Os Pensadores. São Paulo, Abril Cultural. (primeira edição em 1789)
- [3] BÉRNI, Duilio de Avila (2004) – Teoria dos Jogos. Rio de Janeiro, Reichmann & Affonso Editores.
- [4] BERNSTEIN, Carl e WOODWARD, Bob (1977) – Todos os Homens do Presidente. Rio de Janeiro, Livraria Francisco Alves Editora.
- [5] BÖHM-BAWERK, Eugen von (1986) – Teoria Positiva do Capital. (2 vols.). Coleção Os Economistas. São Paulo, Nova Cultural. (primeira edição em 1888)
- [6] DAVIS, Morton D. (1973) – Teoria dos Jogos. São Paulo, Cultrix.
- [7] FIANI, Ronaldo (2004) – Teoria dos Jogos. Rio de Janeiro, Editora Campus.
- [8] FOLHA DE S. PAULO (2001) – Manual de Redação. São Paulo (SP), Publifolha.
- [9] GHEMAWAT, Pankaj (2000) – Estratégia e o Cenários dos Negócios. Porto Alegre, Bookman.
- [10] GHYCZY, Tiha von e outros (2002) – Clausewitz e a Estratégia. Rio de Janeiro, Editora Campus.
- [11] MARX, Karl (1983) – O Capital: Crítica da Economia Política. Coleção Os Economistas (5 vols.). São Paulo, Abril S.A. Cultural e Industrial. (primeira edição do primeiro livro em 1867; primeira edição do segundo livro em 1885 e primeira edição do terceiro livro em 1894)
- [12] McDONALD, John (1991) – Estratégia no Pôquer nos Negócios e na Guerra. Rio de Janeiro.
- [13] MEYER, Philip (1993) – Periodismo de Precision. Barcelona, Casa Editorial.
- [14] MEYER, Philip (2002) – Precision Journalism. Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.

- [15] O ESTADO DE S. PAULO (1990) – Manual de redação e estilo. Organizado e Editado por Eduardo Martins. São Paulo (SP), O Estado de S. Paulo.
- [16] O GLOBO (2001) – Manual de Redação e Estilo. Organizado e editado por Luiz Garcia. São Paulo, Editora Globo.
- [17] PARETO, Vilfredo (1984) – Manual de Economia Política. (2 vols.). Coleção Os Economistas. São Paulo, Abril Cultural. (primeira edição em 1906)
- [18] PORTER, Michael E. (1997) – Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro, Editora Campus.
- [19] PORTER, Michael E. (1999) – Competição. Rio de Janeiro, Editora Campus.
- [20] RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães (2001) – Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro, Editora Campus.
- [21] RAPOPORT, Anatol (1998) – Lutas, Jogos e Debates. Brasília (DF), Editora da UnB.
- [22] RIDLEY, Matt (2000) – As Origens da Virtude. Rio de Janeiro, Editora Record.
- [23] SHUBIK, Martin (1992) – Teoría de juegos en las Ciencias Sociales. México, Fondo de Cultura Económica.
- [24] SIMONSEN, Mario Henrique (1988) – Teoria Microeconômica. Vol. II. Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- [25] SIMONSEN, Mario Henrique (1994) – Ensaio Analítico. Capítulo “A Teoria da Escolha”. Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- [26] SMITH, Adam (1983) – A Riqueza das Nações. (2 vols.). Coleção Os Economistas São Paulo, Abril S.A. Cultural e Industrial. (primeira edição em 1776)
- [27] THE ECONOMIST BOOKS (1997) – Estratégia: Dicionário Bilíngue. Português, Edições Cetop.
- [28] WRIGHT, Robert (2000) – Não Zero: a lógica do destino humano. Rio de Janeiro, Editora Campus.