
O Guardião, a Agenda e o Quadro: discurso, memória e realidade no jornalismo¹

Danilo Miranda CAETANO²

Will Montenegro TEIXEIRA³

Universidade da Amazônia, PA

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar, a partir de uma revisão bibliográfica, a figura do *gatekeeper* no âmbito do jornalismo e o seu papel na constituição do conteúdo “não dito” pelos *mass media*. Relaciona conceitos ligados à análise do discurso, teorias da comunicação e memória para verificar a relação estabelecida entre eles e as implicações que o conteúdo não veiculado tem para o senso comum e para a construção da realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Gatekeeper, Enquadramento, Agenda-setting, Discurso, Memória.

1. APRESENTAÇÃO

Este artigo⁴ tem como objetivo analisar a figura do *gatekeeper* no âmbito do jornalismo e o seu papel na constituição do conteúdo “não dito” pelos *mass media*. Percorre rapidamente a história e o caminho das primeiras teorias da comunicação até a chegada nas hipóteses mais contemporâneas. Problematisa, à luz desse referencial, a relação estabelecida entre jornalismo, discurso e memória e as implicações que conteúdos não veiculados tem para o senso comum e para a construção da realidade social.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação, Linguagens e Cultura pela Universidade da Amazônia (Unama). Especialista em Jornalismo, Cidadania e Políticas Públicas e graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, também pela mesma instituição. Possui MBA em Planejamento e Gestão Empresarial pela Universidade Católica de Brasília. Docente dos cursos de graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) da Faculdade Paraense de Ensino (Fapen) e da Faculdade Pan Amazônica (Fapan); e dos cursos de graduação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Design da Faculdade de Estudos Avançados do Pará (Feapa). E-mail: nilocaetano@yahoo.com.br

³ Doutorando em Comunicação, Linguagens e Cultura pela Universidade da Amazônia (Unama). Mestre em Ciências Sociais - área de concentração em Sociologia - pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Especialista em Artes Visuais: Cultura e Criação pelo Senac (Senac/RJ). Pós-graduado em Gestão Responsável para a Sustentabilidade pela Fundação Dom Cabral (FDC/MG). Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo pela Universidade da Amazônia (Unama). Jornalista profissional (MTE nº. 2.298). Docente dos cursos de graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) da Faculdade Paraense de Ensino (Fapen) e da Faculdade Pan Amazônica (Fapan); e dos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda e Design da Faculdade de Estudos Avançados do Pará (Feapa). E-mail: willmontenegro@hotmail.com

Sugere um “não dito” que passa a existir não pela escolha de outras formas verbais e textuais para expressar algo sobre um determinado tema, mas um que nasce somente e imediatamente após a supressão de toda e qualquer produção jornalística acerca de seu universo. Um elemento sem narrativa oficial, mas que ainda assim não deixa de se constituir discurso, com força de enunciação e eloquência, carregando sentidos capazes de construir e constituir a realidade e a adesão social.

2. JORNALISMO, TEORIAS E SOCIEDADE

A relação entre jornalismo e sociedade remonta desde a veiculação dos primeiros jornais. Segundo Marocco (2005, p. 12), em “The natural history of the press”, Robert Park (1923) dizia que a imprensa “construiu um elo com o público desde suas primeiras manifestações, ainda quando apenas um veículo que contava histórias e organizava boatos e vizinhança”. Proximidade que conferiu aos enunciados jornalísticos, desde então, o *status* de verdades absolutas, agora transformados em fontes preferenciais de conhecimento daquilo que “acontece” pelo mundo.

Como decorrência a verdade vivida, ordinária, passou a dar lugar à verdade narrada, distanciada, experimentada através da representação jornalística. Para Foucault (2004, p. 3), uma “vontade de verdade que atravessou tantos séculos de nossa história”, mas não raro tendo se apresentado como mais um “sistema de exclusão (sistema histórico, modificável, institucionalmente constrangedor)” (FOUCAULT, 2004, p. 3). Em meio a tudo isso as ferramentas de construção dos discursos midiáticos foram sendo aprimoradas, facilitando e aumentando sua capacidade de circunscrição dos fatos, empurrando o aparato social e os estados modernos para a era da fabricação industrial de conteúdos jornalísticos. Momento em que inúmeras teorias sobre os efeitos dos *mass medias* na construção da realidade são desenvolvidas. Todas marcadas pela época em que foram criadas, obedecendo a diferentes contextos técnicos e culturais.

As primeiras teorias davam conta dos efeitos totais dos meios de comunicação sobre públicos previamente determinados. Desprezavam variáveis muito claras que demonstravam não ser possível a simples imposição do que pensar, muito menos em um curto espaço de tempo. Exemplo disso, a Teoria Hipodérmica elaborada dentro do embotamento causado pela propaganda de guerra daqueles anos, imaginava uma audiência passiva, “visada como um alvo amorfo que obedecia cegamente ao esquema estímulo resposta” (MATTELART, 1999, apud COLLING, 2001, p. 88).

Mauro Wolf, em seu compêndio sobre as teorias da comunicação, dá contornos claros ao significado do modelo hipodérmico como sendo uma teoria comunicativa da “propaganda e sobre a propaganda”. A condição de indivíduos atomizados e facilmente atingidos por mensagens “certeiras”, previamente codificadas para assumirem na mente dos receptores um significado único e, por conseguinte, terem uma única e esperada resposta, torna-se naquele momento histórico dos anos 1920 e 1930 a retórica principal da manipulação propagandista que só começaria a ser superada, de maneira não tão profunda e ainda com pressupostos baseados no fluxo unidirecional, com o modelo lassweliano de análise do conteúdo e sua célebre proposição: “uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas: quem; diz o quê; através de que canal; com que efeito?” (LASSWELL, 1948 apud WOLF, 2003, p.29).

Dentro das premissas lasswelianas os indivíduos ainda continuavam atomizados e separados entre si. Porém os resultados das pesquisas realizadas em cima dos materiais propagandísticos analisados mostravam que muitas vezes as respostas pretendidas não eram atingidas ou mesmo qualquer resposta era verificada. Deixando abertas as portas para os novos paradigmas teóricos que viriam adiante.

A audiência revelava-se intratável. As pessoas decidiam por si se deviam ou não escutar. E mesmo quando escutavam, a comunicação podia não provocar qualquer efeito ou provocar efeitos opostos aos previstos. Os investigadores eram obrigados a desviar progressivamente a sua atenção da audiência a fim de compreenderem os indivíduos e o contexto que a constituíam (BAUER, 1958 apud WOLF, 2003, p. 33).

Paul Lazarsfeld, no início dos anos 1940, desenvolve uma das primeiras teorias sobre os efeitos limitados dos meios de comunicação. A teoria do two-step-flow realça que líderes de opinião “e elites bem informadas ocupam o primeiro passo na estrutura da formação da opinião pública” (COLLING, Leandro. 2001, p. 90). A evolução da teoria dos efeitos totais tomava assim contornos definitivos com a descoberta dos sujeitos que mediavam o processo comunicacional e com a importância dada aos sistemas sociais a que estavam submetidos os receptores.

Ao adicionar essas variáveis Lazarsfeld promoveu a quebra do sistema unidirecional (emissores – receptores) que de tão evidente acabaria por transformar a teoria dos efeitos limitados em um caminho verdadeiramente novo para os estudos dos *mass media*. O comportamento do público passava a ser motivado também pelo que carregava consigo de experiência. O “não dito” começava a se caracterizar como recurso

discursivo apoiado nas necessidades técnicas e ideológicas dos meios de comunicação. Não bastava mais apenas dizer (manipular deliberadamente) para obter respostas esperadas, o ato de não dizer (agendar e enquadrar) passa também a se configurar importante para a construção, recorte e constituição da realidade.

Seguindo a crescente e cada vez maior importância dada aos contextos e relações sociais no entendimento dos efeitos das mensagens comunicacionais, surge, em meio ao modelo funcionalista, a hipótese dos Usos e Gratificações. Hipótese que versa sobre os motivos pelos quais o público acaba consumindo os *mass media*, invertendo conceitualmente a pergunta padrão sobre “o que é que os *mass media* fazem com as pessoas” para “o que é que as pessoas fazem com os *mass media*?” (KATZ, 1959 apud WOLF, 2003, p. 71). A partir daí passou-se a considerar que para que determinadas respostas fossem dadas pelo público seria necessário que este encontrasse nos estímulos enviados correspondência com o seu cotidiano. Merton (1982 apud WOLF, 2003, p. 71) reforçava isso dizendo que os efeitos das comunicações deveriam ser entendidos como “consequência das satisfações às necessidades experimentadas pelo receptor”.

As teorias sobre os efeitos limitados, bem como a hipótese dos usos e gratificações, mostravam os meios de comunicação como reforçadores de vontades e comportamentos previamente latentes na audiência. Também davam conta, especificamente a segunda, da questão das funções e da utilização dos vários meios e seus conteúdos na vida das pessoas. Um novo paradigma que àquela época superou pressupostos das teorias iniciais, trazendo a questão da influência e não mais a da manipulação como elemento central.

Atualmente a fragmentação e a velocidade dos enunciados, os vários *gates* pelos quais assuntos e notícias devem passar e todos os interesses envolvidos nos processos modernos de produção jornalística, por vezes se colocam como entraves para o reporte dos acontecimentos vividos. Tudo se agrava pela capacidade limitada de espaço e de tempo existentes nos *medias* para dar conta de toda a gama de acontecimentos, conferindo a veículos e jornalistas a prerrogativa de escolha sobre aquilo que será, ou não, publicado. Cabe a eles escolher ainda como tudo isso será apresentado à sociedade.

Ou seja, jornais, revistas e rádios tem uma quantidade limitada de espaço e de tempo, pelo que só uma fração das notícias do dia acaba por ser publicada. É o processo de edição orientado pelos valores-notícia que acaba por fazer com que a atenção do público seja orientada e convocada para certos assuntos considerados como sendo de maior importância (CORREIA, 2011, p. 187).

A evolução nos paradigmas teóricos da comunicação ainda percorreria caminhos diversos até a chegada nas hipóteses mais atuais: Gatekeeper, Newsmaking, Agenda-setting e Frame. De toda forma, o início simploriamente explanado aqui é suficiente para demarcar o terreno de partida para o que interessa a este estudo.

3. DISCURSO E MEMÓRIA

Dentro do campo da Análise do Discurso (AD) Orlandi (1998 apud Guerra, 2008, p. 03) diz que o ato de falar, narrar ou comunicar, pressupõe “um ato social com todas as suas implicações, conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades etc.”. Dessa gama de relações os enunciados são geridos e interpretados pelos diversos sujeitos. Há uma ideia clara, principalmente na AD de linha francesa, de que os indivíduos fazem uso de memórias discursivas pré-existentes para construir os seus próprios discursos. Guerra (2008, p. 03) comenta que “do ponto de vista da AD o sujeito constitui-se numa posição limite entre o que pertence à dimensão enunciativa e o que pertence à dimensão do inconsciente, sem se limitar a nenhum dos dois aspectos, pois é nesse lugar que se inclui o que é de dimensão ideológica”.

A palavra não define o objeto em sua totalidade que por sua vez não precisa da literalidade delas para ser representado. O ato de não dizer, portanto, também é expressão. Bakhtin (2006, p. 33) lembra que a “própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos”. A ideologia é para ele um fato material e social, não devendo ser trancafiada no campo da consciência e relegada a entendimentos simplórios que a posicionam como mera reação “psicofisiológica fortuita” ou “acima da existência e determinando-a”. Quando a existência de algo é ignorada por quem determina o que deve ser dito ou não, passa imediatamente a existir no campo ideológico constituído e interposto entre as “verdades” enunciadas e uma espécie de inconsciente coletivo difuso que deveria poder ser ativado a qualquer momento.

A palavra é, por assim dizer, utilizável como signo interior; pode funcionar como signo sem expressão externa. Por isso o problema da consciência individual como problema da palavra interior, em geral constitui um dos problemas fundamentais da filosofia da linguagem (BAKHTIN, 2006, p. 27).

Halbwachs, em seu livro póstumo *Memórias Coletivas*, de 1950, trouxe a ideia de ativação de memórias de terceiros para a constituição das nossas. Noção que entende por memórias individuais os discursos internos pertencentes ao intermédio situado entre as dimensões enunciativa e inconsciente, ativadas conforme o contato com outras memórias – discursos, se preferirmos. Dessa forma, fica mais fácil perceber a contribuição deste autor para os modernos conceitos relacionados ao campo da análise do discurso como também para o “fazer jornalístico”.

Neste livro, a memória é concebida como ente coletivo construído dentro de grupos sociais sem a necessidade de pertencimento físico dos indivíduos e compartilhamento material dos elementos constituintes de cada um deles. Para Halbwachs (1990) os indivíduos utilizam de maneira consciente e inconsciente elementos e recordações pertencentes a outros membros para construção de suas próprias recordações. Memórias emprestadas que nos dias atuais cada vez mais são constituídas através da relação com os meios de comunicação que por sua vez ao tomarem consciência disso trabalham realimentando e reativando essa relação através de estereótipos e narrativas apaziguadoras para dar conta de seus interesses.

Do ponto de vista discursivo, o que existe é a relação entre língua e objeto que é sempre atravessada por uma memória do dizer, e essa memória é a que determina as práticas discursivas do sujeito. Em outras palavras, para a AD, o dizer do sujeito é determinado sempre por outros dizeres, ou todo discurso é determinado pelo interdiscurso (GUERRA, 2008, p. 03).

Assim, quando um tema é retirado da agenda pública por falta de narrativas que oficializem sua existência, tanto maior se configura a dificuldade de ele ser compartilhado por grupos capazes de ativá-lo dentro dos processos de trocas de memória. O conteúdo não dito abre espaço no imaginário coletivo para os assuntos ordenados pelos meios de comunicação. Tal preenchimento constrói um discurso não falado, o discurso da ausência, que interfere diretamente na forma como os indivíduos encaram a realidade e como se relacionam com ela. A ausência de uma narrativa pode levar até a inexistência oficial do fato não narrado, ainda que isso reforce e demarque indelevelmente o conteúdo ideológico, propositado ou não, dessa não-realidade. Foucault (2004, p. 8-9), em sua aula inaugural no *College de France* em 1970, supunha que “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos,

dominar seu acontecimento aleatório e esquivar sua pesada e temível materialidade”. Os micropoderes e o dialogismo na formação heterogênea dos discursos retiram dos sujeitos a ideia de univocidade, principalmente considerando que cada vez mais os meios de comunicação se mostram tecnicamente e ideologicamente capazes de assumir o papel de construtores e reforçadores de memórias e verdades pré-determinadas.

A “não narrativa” tem se constituído território próspero para a edificação de memórias seletivas e amalgamadas na agenda social. O “não dito” ordena o que é dito a tal ponto que parece realmente nunca ter existido. E a verdade, mesmo aquela analisada por Foucault (2004), que se deslocava da enunciação para o enunciado, passa a ter nos *mass media* o seu maior juiz e principalmente a sua maior testemunha.

4. MAS QUE “NÃO DITO” É ESSE?

Quando se assiste a um telejornal, por exemplo, as atenções se voltam para um conjunto de informações (narrativas, sons e imagens) ordenadas como um sintagma para descrever determinados acontecimentos que, para a maioria dos telespectadores, por vezes distanciados milhares de quilômetros do fato, só poderiam ser materializados através do discurso jornalístico. Outros temas, taxados como de menor importância, ficam de fora da agenda da mídia, não existindo para a grande maioria da sociedade. Não são discutidos ou sequer percebidos pelos indivíduos que a compõe. Permanecem fora do alcance das pressões sociais e das esferas públicas administrativas capazes de minorar quaisquer problemas relacionados à sua existência.

Uma situação que decorre da capacidade que os meios de comunicação de massa têm para apresentar e construir a realidade, que cada vez mais passa a ser aquilo que entra em suas agendas e que posteriormente é transferido para a agenda da sociedade através dos mais variados gêneros jornalísticos. Um processo conhecido como *Agenda-setting*.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída aos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, 1979 apud WOLF, 2003, P. 144).

Manuel Sena Dutra (2005), em tese de doutorado premiada pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará, sobre o discurso televisivo envolvendo a Amazônia em programas educativos da TV Globo, desenvolveu boa correlação entre os micropoderes descritos por Foucault e a teoria do agendamento. Dizia ele que a perspectiva do *agenda-setting* se aproximava da noção de poder descrita por Foucault na medida em que para o filósofo francês “a característica distintiva do poder é que alguns homens podem, mais ou menos, determinar por completo a conduta de outros homens, porém, jamais de maneira exaustiva e coercitiva” (FOUCAULT, 1993 apud DUTRA, 2005). Isso quer dizer que ao negligenciar determinados fatos em função de outros, os jornais operam em um nível de poder que menos se assemelha aos ditames despóticos das primeiras teorias comunicacionais e mais às contemporâneas e simbólicas formas de controle social.

Seguindo essa linha fica mais fácil perceber que o “não dito” tratado neste estudo não se configura a parte do texto excluída durante o processo de produção do material jornalístico. Tampouco está nas entrelinhas preenchidas pelos subtextos carregados de expressão. O “não dito” referido aqui é o tema não publicado. Aquele que reside na pauta não tratada e discutida no dia seguinte de seu acontecimento. Aquele que passou a não existir para o debate público apesar de sua literal existência.

Todos os temas não repercutidos pelos meios de comunicação em detrimento de outros são exemplos de conteúdos não ditos que entram numa espécie de “buraco negro comunicacional” ou “espiral do silêncio”, e tendem a ser excluídos do debate público. Para a cientista alemã Elisabeth Noelle-Neumann (1993), criadora da teoria da “espiral do silêncio”, a possibilidade de temas tidos como menos importantes (no caso do seu estudo: opiniões políticas minoritárias) entrarem em um ciclo de esquecimento é tanto maior quanto menor for a sua exposição pelos meios de comunicação. Há segundo essa teoria uma relação direta entre o grau e o tipo de exposição de um determinado assunto e a sua participação ou mesmo inexistência na agenda pública.

O “não dito” que interessa a este artigo, finalmente, é aquele ignorado como fato mesmo que de fato exista. É a pauta que no jargão jornalístico “não rendeu” ou que pode prejudicar algum interesse político ou econômico do proprietário do jornal. Pode ser ainda aquela que não deu tempo de ser checada ou que não coube na edição daquele dia. Pode ser a matéria simplesmente mal realizada ou mal editada e que precisa ser refeita. Ou a que será guardada para outro momento, mais “oportuno”. O fato comum é que sejam

quais forem os motivos pelos quais uma narrativa é ignorada, ela e qualquer outra, até esta decisão, passa por inúmeros caminhos e portões, alterando definitivamente a memória coletiva social e aquilo que entendemos por realidade.

5. O GUARDIÃO, A AGENDA E O QUADRO.

Saber por que determinadas notícias são veiculadas e outras não é um questionamento que remonta desde a década de 1950, com as análises de David Manning White. Ele acompanhou durante uma semana o processo de escolha das notícias, observando um jornalista de meia-idade, “Mr. Gates”, de um jornal médio dos Estados Unidos. Concluiu que suas escolhas se davam de maneira arbitrária e subjetiva.

E é a partir daí que se desnudou a figura do “guardião do portal” – o gatekeeper. A figura tida como a responsável pelo que é ou não é noticiado. A questão do gatekeeper bem como os processos produtivos que envolvem o fazer jornalístico – *newsmaking* – está inserida dentro do estudo da sociologia dos emissores e trata dos fatores intrínsecos e extrínsecos ligados aos jornalistas e suas organizações durante os processos de escolha e produção das notícias.

Elaborada dentro de um estudo sobre hábitos alimentares, efetuado dentro de grupos sociais, a expressão gatekeeper foi cunhada por Kurt Lewin para falar sobre as zonas filtro que funcionavam como cancelas nos “canais por onde flui a sequência de comportamentos relativos a um determinado tema” (WOLF, 2003, p. 180). Condição que por lógica funcional não valia “apenas para os canais de alimentos, mas também para a passagem de itens jornalísticos por canais de comunicação” (LEWIN, 1951 apud SHOEMAKER, 2009, p. 155). As zonas filtro seriam guardadas por indivíduos ou grupos, dentro de um sistema complexo de regras, com o poder de dizer sim ou não para as informações ou sugestões das notícias apresentadas (WOLF, 2003, p. 180).

As ideias de Lewin foram utilizadas por White em sua pesquisa sobre a atividade de gatekeeping. Suas conclusões, no entanto, a despeito dos dados obtidos durante o processo de escolha das notícias por “Mr. Gates” acabaram circunscrevendo essa atividade, tão complexa e com inúmeros fatores em cruzamento, a apenas uma de suas facetas – aquela relacionada à questão das escolhas pessoais e arbitrárias. Os fatores omissos nas conclusões de White parecem ter sido determinantes para o pensamento corrente sobre a figura do gatekeeper durante anos. Sobre isso, Correia (2011) diz que à “análise de cada um destes fatores haverá que acrescentar as interações que se verificam

entre eles e que levam, frequentemente, a que autores centrados apenas num ângulo de análise sejam acusados de reducionismo”.

As anotações de “Mr. Gates” sobre os motivos pelos quais ele rejeitara 90% das sugestões de matérias enviadas pelas agências de notícia, mostravam que mais de 70% delas estavam relacionadas com problemáticas oriundas a não adequação às questões de ordem prática e organizacional como tamanho, temática e formato das matérias. Serra (2004), no entanto, ressalta que Hirsch (1977 apud WOLF, 2003, p.181) “fez uma releitura dos dados da pesquisa de White e concluiu que estatisticamente as normas profissionais superavam as distorções subjetivas”. Tal conclusão situou-se cronologicamente dentro da perspectiva dos estudos sobre os emissores levados a cabo a partir das décadas de 1960 e 1970, onde passou a predominar “uma visão de que as distorções nas notícias são inconscientes e que a produção delas é determinada prioritariamente, não pelas atitudes ou os preconceitos de jornalistas individuais, mas pelo seu contexto social e organizacional” (SERRA, 2004, p. 9).

É certo que a atividade de seleção ou recusa de determinadas temáticas não esgota o conceito de gatekeeping e suas implicações sobre a produção noticiosa. Existem outras formas de “controle da informação, que podem estabelecer-se nas decisões acerca da codificação das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de toda a mensagem ou das suas componentes” (DONOHUE; TICHENOR; OLIEN, 1972 apud WOLF 2003, p. 182). Vários trabalhos realizados neste campo desembocam na mesma conclusão. Há estudos que apontam para vários níveis de análise do *Gatekeeping* (SHOEMAKER, 2009) e para aspectos específicos ligados à hierarquia organizacional e seus interesses políticos e econômicos. Outros, para o fato de haver, em última análise, a figura de um gatekeeper central, normalmente o proprietário do jornal. Aquele que detém ascendência sobre todos os demais e que distribui sua influência de maneira geral e institucional.

A mudança fundamental nas teorias iniciais sobre o gatekeeping foi a introdução da noção de múltiplos gatekeepers que controlavam várias funções ao longo do processo. McNelly (1959) focou-se não nos editores, mas no repórter como primeiro de múltiplos entre um potencial acontecimento noticioso e a publicação (CORREIA, 2011, p. 83).

Esta última abordagem tem na vanguarda um estudo desenvolvido por Warren Breed (1993 [1955] apud SERRA, 2004, p.9) com mais de 120 jornalistas. Sua teoria

organizacional apontava como principais fatores para o conformismo nas redações “os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores”. A conclusão a que chega Breed sugere que o jornalista “em vez de aderir a ideias sociais e profissionais, redefine seus próprios valores ao nível mais pragmático do grupo editorial” (BREED, 1955 apud WOLF, 2003, p. 183). A manutenção e disseminação da linha editorial são consagradas através de um processo de osmose “sobretudo através da seleção dos jornalistas no interior da redação” (WOLF, 2003, p. 182).

Por outro lado, neste mesmo estudo, Breed aponta para o fato de que desvios na linha editorial “imposta” pelo gatekeeper central são possíveis de acordo com o status do jornalista na redação. Conclusão baseada na percepção de haver, em um mesmo veículo, jornalistas cercados pelas mesmas regras e amarras organizacionais, mas com atitudes totalmente distintas diante do fato noticioso. A realidade era, portanto, variável.

Em direção semelhante, Walter Lippmann (2008) não enxergava as notícias como verdades definitivas. As via como o resultado de abordagens episódicas, construídas pela necessidade de captação da atenção pública para a posterior venda aos anunciantes. Assim, a busca por orientação, fator essencialmente psicológico, poderia ser estimulada pelo efeito de agendamento (SOUSA, 2006). A opinião pública neste sentido é conduzida através de um processo premente guiado pela relevância e incerteza causadas por toda a gama de acontecimentos que a circundam e que ajudam a explicar a “saliência da agenda da mídia à agenda da sociedade” (McCOMBS, 2009, p. 90).

Todavia, a hierarquização do conteúdo agendado parece decorrer muito mais em função de processos que passam desde as rotinas produtivas, pelos direcionamentos empresariais dos grupos de comunicação, até critérios pessoais dos jornalistas e seus elementos socioculturais precedentes do que por motivações meramente manipulatórias. E isso, mesmo considerando autores como Roberts (*apud* WOLF, 2003, p. 145) que lembram que quando o receptor não consegue decodificar criticamente uma mensagem jornalística a imagem que, através dela, ele passa a fazer do fato narrado acaba por ser manipulada, distorcida e estereotipada.

A hipótese do Agenda-Setting é realmente controversa. Não pode ser considerada uma teoria acabada, pois se assim o fosse não comportaria incrementos ou complementos capazes de contribuir para o desenvolvimento de sua perspectiva teórica (HOHLFEDT, 2001). Em mais de 40 anos de pesquisas e uma grande quantidade de trabalhos quase sempre a encontrar e demonstrar novas correlações e aplicações dentro do aparato social contemporâneo,

ainda provoca atração em uma parcela significativa de estudiosos, o que a joga em um debate heterogêneo e nem sempre convergente. Wolf (2003) diz que o Agenda-Setting ainda é muito mais um conjunto de temas e conhecimentos passíveis de serem organizados do que um modelo de pesquisa fechado e definitivo.

Existe também a clara percepção de que a hipótese do agenda-setting é permeada, de acordo com o autor estudado, por vários conceitos complementares (Enquadramento, *Newsmaking*, etc.) e que esta porosidade em sua epistemologia realça a necessidade de se encontrar um modelo que siga caminhos previamente percorridos, como ressalta Formiga (2006) em sua dissertação sobre o quadro evolutivo da hipótese.

Já a questão do “Enquadramento” ou *Frame*, por outro lado, foi incorporada aos estudos comunicacionais por Gaye Tuchman, utilizando o conceito cunhado por Erving Goffman em seu estudo *Frame analysis*⁵ (1974), mas também a noção de sinais metacomunicativos⁶ de Gregory Bateson. Hipótese que cada vez mais vem sendo utilizada na compreensão e crítica das maneiras pelas quais a realidade é recortada, emoldurada e apresentada pelos *mass media*. Dentro do jornalismo, alude aos processos produtivos e operacionais que acarretam a escolha de um determinado enfoque e a maneira pela qual este tomará um lugar “mais propício ao florescimento de certas visões dos fatos e processos políticos, e não outras” (ROTHBERG, 2010, p. 55). Assemelha-se a moldura de uma imagem nos dizendo “toma atenção àquilo que está dentro e não tomes atenção àquilo que está fora” (BATESON, 1972 *apud* GONÇALVES, 2005, p. 158).

Para Porto (2004, p. 78 *apud* ROTHBERG, 2010, p. 54)) os enquadramentos são caracterizados por atividades capazes de promover a escolha, edição, supressão, ênfase ou redução de determinadas características da notícia a fim de privilegiar um determinado tipo de entendimento a outros. Já para Carvalho (2010) o enquadramento no jornalismo não emoldura apenas a realidade, mas ajuda a construí-la contribuindo com aspectos específicos e indissociáveis da sua própria gênese. Em outras palavras o Enquadramento seria um reflexo da própria instituição jornalística, carregando em si pedaços dela.

⁵ *Frame analysis* é a obra mais complexa de Goffman. Sua proposta “é isolar algumas das estruturas (*frameworks*) básicas disponíveis em nossa sociedade para conferir sentido aos eventos e analisar as vulnerabilidades especiais a que esses quadros de referência estão sujeitos” (1974, p. 10).

⁶ O conceito de sinais metacomunicativos provém dos estudos etológicos de Gregory Bateson (2002): são mensagens, explícitas ou não, que ajudam o recipiente a compreender as intenções no quadro (*frame*). (NUNES, 2004, p. 270)

Rothberg (2010) diz ainda que estudos empíricos realizados por Iyengar nos Estados Unidos demonstram clara relação entre os tipos de enquadramento utilizados em notícias de TV e a atitude do público perante os assuntos abordados. Quer dizer, aquilo que está fora da moldura, que não foi dito, enuncia tanto ou mais que os conteúdos noticiados. ideia fundamental para a construção da memória coletiva e da própria noção de “realidade”.

Os desencontros sobre os fatores preponderantes na escolha do que deve ser publicado, desde Lippimman, White e Breed, até os dias de hoje, mantém aceso o debate de alguma forma estabilizado na conclusão geral de que há uma hierarquia de forças e pressões dentro do processo de escolha e produção das notícias, que, de todo modo, não exclui o fato de haver motivações pessoais e particulares permeando este processo. Todavia, a convergência para a noção de múltiplos “Gates” na escolha e produção das notícias parece desnudar o equívoco principal de White em suas conclusões sobre o papel do gatekeeper: o fato de ter ele ignorado os aspectos estruturais e organizacionais do fazer jornalístico e de não ter percebido, conforme ressalta Correia (2011, p. 83), que o primeiro *gatekeeper* é sempre “a fonte de onde a história emana, sendo o último o próprio leitor que pode decidir não ser informado sobre qualquer tópico específico selecionado por outros gatekeepers anteriores” (CORREIA, 2011, p. 83).

6. NOTAS CONCLUSIVAS

Parte considerável dos estudos mais contemporâneos sobre a figura do gatekeeper tem convergido para a noção de que a responsabilidade pelo que é publicado ou não, deve ser dividida entre os vários níveis por onde passa a informação. Neste estudo, também esta conclusão pareceu fazer mais sentido.

A clara existência de vários *gates* na seleção das notícias, todos clivados por inúmeras condicionantes, obriga a rejeição e revisão de qualquer menção a figura única e isolada de um selecionador tomando decisões meramente pessoais e arbitrárias, não interligadas à organização a que pertence e às suas diretrizes políticas e econômicas e ao processo de obtenção e construção da informação. Especialmente após anos de pesquisas realizadas que alargaram o conceito de gatekeeper desde o estudo de Maning White.

Especificamente sobre a constituição do “não dito” produzido não pela ausência do texto, mas pela ausência do tema, este trabalho considera importante que cada vez mais se elaborem estudos sobre os impactos culturais, sociais, políticos e econômicos da não publicação de assuntos considerados “subalternos” pelos *medias*. Recomendação

reforçada face ao surgimento de novas tecnologias capazes de promover um maior grau de (re)conhecimento do mundo e dos sujeitos que nele vivem. Janelas que outrora eram abertas ou fechadas apenas pelos jornais e seus guardiões jornalistas, mas que agora também são escancaradas por quaisquer indivíduos, em qualquer parte do planeta.

7. REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 12ª. Ed. [São Paulo]: Hucitec. 2006.

COLLING, Leandro. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. **Famecos**, Porto Alegre, RS, v.14, p. 88-101, abril. 2001.

CORREIA, João Carlos. **O Admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos**. Covilhã: Universidade da Beira do Interior, 2011. Disponível em:
<http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia_manual_noticial.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2013.

DUTRA, M.J.S. **A natureza da TV: uma leitura dos discursos da mídia sobre a Amazônia, biodiversidade, povos da floresta...** Belém: Núcleo de Altos Estudos Amazônicos. 2005.

FORMIGA, Fábio. **A evolução da hipótese de agenda-setting**. 2006. 93 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Loyola, 2004.

GONÇALVES, Telmo. **A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo**. Caleidoscópio, Lisboa, PT, v.6, n.5, p. 157-167. 2005. Disponível em:
<<http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/2605/A%20Abordagem%20do%20Enquadramento%20nos%20Estudos%20do%20Jornalismo.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

GOFFMAN, Erving. **Frameanalysis**. Nova York: Harper & Row, 1974.

GUERRA, Vânia. A análise do discurso de linha francesa e a pesquisa nas ciências humanas. **Anais do Sciencult**, Paranaíba, v. 1, n. 1, 2009. Disponível em:
<<http://periodicos.uems.br/novo/index.php/anaispba/article/viewFile/125/63>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. 2ª. Ed. São Paulo: Vertice. 1990.

HOHLFEDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em Comunicação. In: HOHLFEDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. **Teorias da comunicação**. Petrópolis, RJ, Vozes, 2001.

LIPPIMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MAROCCO, Beatriz. Zonas de sombra sobre os conceitos de agendamento e gatekeeper. In: V ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM: TRABALHO APRESENTADO AO NP 02 – JORNALISMO, V, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2005. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/3722933968327010280495639184169076234.pdf>>.

Acesso em: 10 ago. 2014.

NOELLE-NEUMANN, Elizabeth. “Pesquisa eleitoral e clima de opinião”, CESOP/Unicamp, Ano I, vol. 1, n. 1, 1993.

NUNES, Jordão Horta. **A sociolinguística de Goffman e a comunicação mediada**. Tempo Social, São Paulo, SP, v.19, n.2, p. 253-286, Nov. 2007.

ROTHBERG, Danilo. O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Vitrine e vidraça**. Covilhã: Universidade da Beira do Interior, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20101103-christofoletti_vitrine_2010.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2013.

SERRA, Sônia. Relendo o gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo. **Contemporanea**, Salvador, BA, v.2, n.1, p. 93-113, jan/jun. 2004. Disponível em:

<<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3431/2499>>.

Acesso em: 10 jun. 2013.

SHOEMAKER, Pamela J., VOS, Tim P. 2. ed. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso: 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed. Porto: [s.n.], 2006. 823 p. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 8. ed. Lisboa: Editora Presença, 2003.