

A estrutura do noticiário estrangeiro A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros (*) (a)

Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge

1. Introdução

Neste artigo o problema geral dos factores que influenciam o fluxo de notícias do estrangeiro será discutido seguindo o tipo de raciocínio apresentado por Ostgaard (1965) no seu artigo, mas de um modo algo diferente. Uma apresentação sistemática de factores que pareçam particularmente importantes será seguida de uma simples teoria e da dedução de algumas hipóteses a partir deles. Não se pretende fazer a lista completa de factores ou de «deduções». Algumas destas hipóteses serão testadas em dados relativos à apresentação em quatro jornais noruegueses de três crises recentes no estrangeiro. Serão indicadas as lacunas no nosso conhecimento presente e delineadas algumas possíveis implicações em termos de política editorial.

(*) Reedição de: *Journal of International Peace Research*, I (1965), «A Estrutura do Noticiário Estrangeiro: A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros», de Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge.

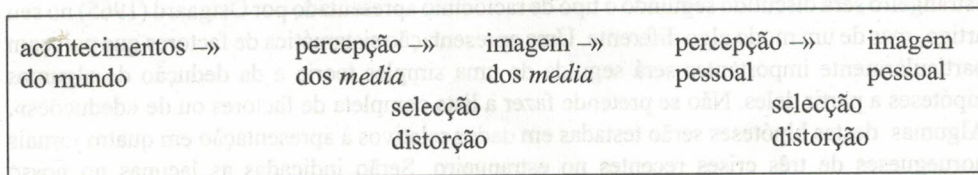
(a) Por razões de espaço, a terceira parte deste artigo não foi reproduzida.

O ponto de partida é o nosso mundo enquanto estrutura geográfica dividida em aproximadamente 160 territórios, a maioria dos quais se designam por nações e são «autónomos». A comunidade internacional das nações está estruturada por um número variável e altamente estratificada em nações «fortes» e «fracas», de modo que o mundo é a geografia em que são sobrepostos dois níveis da organização humana relativamente semelhantes: o inter-individual e o internacional. Os dois níveis não são independentes um do outro e quanto mais eles estão ligados (mais a população e a liderança em cada país são interdependentes) e quanto mais as nações são interdependentes devido à crescente eficiência da comunicação e da acção militar (1) mais válido é o velho *slogan* sociológico de que «tudo é relevante».

Assim, o mundo é composto por actores individuais e nacionais, e uma vez que é evidente que a acção se baseia na imagem que o actor faz da realidade, a acção internacional será baseada na imagem da realidade internacional. Esta imagem não é só moldada pelos *media* noticiosos (imprensa, rádio, televisão, filmes de actualidades); as impressões e os contactos pessoais, as relações profissionais no estrangeiro, os despachos diplomáticos, etc., também contam – se pouco ou muito, não sabemos. Mas a regularidade, a ubiquidade e a perseverança dos *media* noticiosos transformá-los-ão em competidores de primeira categoria em busca da primeira posição, enquanto modeladores de imagem internacionais. Dado que a adequação de uma acção está (mas de modo nenhum sempre) geral e positivamente relacionada com a adequação da imagem em que se baseia (2), o estudo que os *media* noticiosos dão do mundo, é de importância primordial.

Ao nível interpessoal é relativamente bem explorada a relação entre os acontecimentos, a *percepção* de todos os factores selectivos e distorcivos sob circunstâncias diferentes aí operantes e a *imagem* final. Ao nível da percepção colectiva, onde a *percepção* tem lugar em nome de outros, para ser retransmitida a estes outros mais tarde, a situação é muito mais complicada. Desde os acontecimentos do mundo até à imagem pessoal, temos a cadeia de comunicação apresentada na figura I.

FIGURA I
A cadeia de comunicação noticiosa



(1) Um interessante artigo que faz a utilização sistemática destes dois indicadores de interdependência, pode ver-se em Kaare Svalastoga, «Technology and Autonomy», *Acta Sociológica*, Vol. 5, pp. 91-9.

(2) Assim, uma imagem completamente realista da imagem que as outras pessoas fazem de si poderia ter um efeito nocivo na adequação do comportamento de cada um. Assim, existe a importante descoberta de Caplow e McGee no *The Academic Market Place* (Nova Iorque: Basic Books, 1958), segundo a qual os membros de organizações estão muitas vezes sujeitos a um efeito de engrandecimento pelo que sobrestimam a sua própria organização relativamente a outras no terreno. Poder-se-ia argumentar que, se o não fizessem, a consequente baixa na auto-imagem resultaria em níveis de realização mais baixos. E isto é susceptível de um paralelo no campo dos assuntos internacionais: se a estrutura noticiosa fosse simétrica, dando a cada nação a atenção devida, uma importante fonte de auto-orgulho e asserção poderia ser demasiado fraca para estimular a acção efectiva.

Nós estamos interessados, na primeira parte desta cadeia, nos acontecimentos do mundo até à imagem da notícia, ou, para sermos mais específicos, à página impressa no jornal desde que os nossos dados se refiram a isso. Por outras palavras: *como é que os «acontecimentos» se transformam em «notícias»?* Isto não significa que a segunda metade seja pouco importante – pelo contrário, é a imagem pessoal, não o jornal, que conta, mas isto será discutido num artigo posterior. Ao analisar a primeira parte, devemos tratar os *media* noticiosos como entidades indivisíveis e impessoais e não fazer qualquer distinção entre o jornalista no país emissor da notícia, a delegação local da agência noticiosa, a delegação distrital no extremo receptor, a delegação local no país receptor da notícia, o editor no jornal receptor, o paginador, e não sei o que mais – numa cadeia com umas sete ou oito fases⁽²⁾. A cadeia pode naturalmente ser muito mais curta se o jornal tiver um correspondente; pode então ser reduzida a acontecimento-correspondente-editor, o que envolve apenas duas fases. Ostgaard (1965, 42) assinalou muitos dos problemas ao longo desta cadeia, e a análise detalhada aqui é certamente importante para os futuros estudos, mas a nossa análise tratará os *media* noticiosos *in abstracto* e limita-se a algum raciocínio a partir dos primeiros princípios.

2. A teoria

É útil fazer disto uma metáfora com poder heurístico suficiente para oferecer percepções (mas não provas, evidentemente). A metáfora é a seguinte: imagine-se que o mundo pode ser comparado a um enorme conjunto de estações radiodifusoras, cada uma das quais a emitir o seu sinal ou o seu programa no seu próprio comprimento de onda. (Uma outra metáfora poderia ser um conjunto de átomos de diferentes tipos a emitir ondas correspondentes à sua condição). A emissão é contínua, correspondendo ao axioma de que está sempre a acontecer algo a qualquer pessoa no mundo. Mesmo que ela durma calmamente, o sono é um *happening*⁽⁴⁾ – o que escolhemos para considerar como «acontecimento» é determinado culturalmente. O conjunto de acontecimentos mundiais, então, é como a cacofonia que se obtém quando se procura sintonizar um posto num receptor de rádio, e sobretudo se isso for feito rapidamente em onda média ou onda curta. É óbvio que esta cacofonia não faz sentido, e só pode ser inteligível se um posto for sintonizado e escutado durante algum tempo antes de se passar para o seguinte.

Uma vez que não podemos registar tudo, temos de fazer uma selecção, e a questão é saber o que chamará a nossa atenção. Isto é um problema na psicologia da percepção e a pequena lista que se segue inclui algumas implicações óbvias desta metáfora:

F1: *Se a frequência do sinal estiver fora da sintonia, não se fará o registo.*

F2: *Quanto mais forte for o sinal e quanto maior a amplitude, mais provável será a audição dessa frequência.*

⁽²⁾ Para bem se descrever esta cadeia, ver Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge, *Presentasjonen av utenriksnyheter* (Oslo: PRIO stencil n.º 14-1, 1962), pp. 71-8.

⁽⁴⁾ Para uma impressão do que os sociólogos podem extrair da condição do sono, ver Vilhelm Aubert e Harrison White, «Sleep: A Sociological Interpretation», *Acta Sociológica*, Vol. 4, n.º 2, pp. 46-54, e Vol. 4, n.º 3, pp. 1-16.

F3: Quanto mais claro e inequívoco for o sinal (quanto menos ruído houver), mais provável será a audição dessa frequência.

F4: Quanto mais significativo for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência.

F5: Quanto mais consonante for o sinal com a imagem mental do que se espera encontrar, mais provável será a audição dessa frequência.

F6: Quanto mais inesperado for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência.

F7: Se um sinal for sintonizado, é provável que mereça a pena escutá-lo.

F8: Quanto mais um sinal for sintonizado, mais valerá a pena sintonizar um tipo de sinal diferente da próxima vez.

Alguns comentários acerca destes factos são necessários. Eles não passam de uma percepção psicológica do senso comum transposta para as actividades de busca radiofónica e de busca de acontecimentos. O que se deveria fazer a fim de testar a sua validade seria observar os jornalistas a trabalhar ou os ouvintes a sintonizar os postos — e não possuímos quaisquer dados a esse respeito. Por isso, os factores deveriam fundamentar-se no raciocínio colectivo e nas descobertas da ciência social (mas as referências a estas últimas só serão dadas nas notas uma vez que não são essenciais para a nossa argumentação).

O primeiro factor é trivial quando aplicado aos aparelhos de rádio, e menos quando aplicado aos acontecimentos em geral. Uma vez que isto é uma metáfora e não um modelo, deveremos ser liberais na nossa interpretação de frequência e proceder da seguinte maneira: por frequência de um acontecimento entendemos o espaço de tempo necessário para este se desenrolar e adquirir significado. Para um soldado que morre durante uma batalha, este espaço de tempo é muito curto; para um processo de desenvolvimento ter lugar num país, o espaço de tempo pode ser muito longo. Assim como a modulação de rádio tem a sua limitação relativamente às ondas electro-magnéticas, também o jornal terá as suas limitações, e a tese é a de que *quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem de ser registado como notícia por esse mesmo meio noticioso*. Um assassinio leva pouco tempo e o acontecimento tem lugar entre a publicação de dois assuntos sucessivos de um jornal diário, o que significa que se pode contar uma «estória» significativa de um dia para o outro. Mas escolher um assassinio durante uma batalha onde existe um morto, todos os minutos, faria pouco sentido — nós geralmente só registaremos a batalha como tal (se os jornais fossem publicados em cada minuto, a perspectiva poderia possivelmente ser mudada para aquele soldado em particular). Do mesmo modo, um acontecimento que tem lugar durante um espaço de tempo maior ficará por registar a menos que atinja um certo tipo de clímax dramático (a construção de uma barragem não é noticiada, o mesmo não acontecendo com a sua inauguração). Escusado será dizer que este número inferior de notícias sobre tendências é, até certo ponto, corrigido por publicações com uma frequência mais baixa. Um jornal pode ter o hábito de produzir resumos semanais — existem semanários, mensários, trimensários, anuários, e publicações *ad hoc*. Se concentrarmos a nossa atenção nos diários, a tese é provavelmente válida, e de um certo valor heurístico, quando existem outros aspectos de comunicação noticiosa que ainda estão para ser desvendados.

A segunda tese é a de que existe algo correspondente à ideia de «amplitude» para as ondas de rádio. O que isto quer dizer é que quanto maior for a barragem, maior será a vontade de a sua inauguração ser relatada *ceteris paribus*; quanto mais violento for o assassinio, maiores serão os títulos. Não se especifica sobre qual tem maior amplitude, a barragem ou o assassinio.

També
o acom
A
é «sina
claram
nesta li
número
seguint
mesmo
acontec
é altam
A
«Signifi
estrutur
estará o
aconteci
distante
Norte da
e sem si
europeia
A
acontece

(*) E
inerentes: a
perceptível
a amplitude
Weber). Est
for a notícia
existir, mais
há mais exa
(*) N.
como distor
comunicação
(*) B.
Harcourt, Br
e p. 100):

B7:
B3.

O que
ambiguidade
deles, e os pul
Além disso, m
que reduzi

Também o expresso atrás pode ser posto de uma forma mais dicotómica: existe um limiar que o acontecimento terá de ultrapassar antes de ser registado (5). Isto é um importante axioma.

A terceira hipótese também é trivial ao nível da rádio, mas não ao nível noticioso. O que é «sinal» e o que é «ruído» não é inerente; é uma questão de convenção (6), como se pode ver claramente quando duas estações de rádio estão a transmitir na mesma frequência. A clareza nesta ligação deve referir-se a um tipo de unidimensionalidade, em que existe apenas um ou um número limitado de significados no que se recebe. Assim, a interpretação de hipóteses é a seguinte: quanto menos ambiguidade mais o acontecimento será notado. Isto não é bem o mesmo que preferir o simples ao complexo, é mais uma questão de precisão; é preferível um acontecimento com uma interpretação clara, livre de ambiguidades no seu significado, ao que é altamente ambíguo do qual muitas e inconsistentes implicações podem ser, e serão, feitas (7).

A quarta hipótese também tem a ver com o significado mas não com a sua ambiguidade. «Significativo» tem algumas interpretações importantes. Uma delas é «interpretável dentro da estrutura cultural do ouvinte ou do leitor» e tudo o que a tese diz é que um certo *etnocentrismo* estará operativo: tem de haver uma proximidade *cultural*. Isto é, aquele que procura o acontecimento dará particular atenção ao familiar, ao semelhante culturalmente, enquanto o distante culturalmente passará de modo mais fácil e não será notado. É algo como o ouvinte do Norte da Europa em, digamos, Marrocos: ele passará pela música e língua árabes, pitorescas e sem significado que consegue apanhar no seu receptor, e só encontrará alívio na música europeia e na língua francesa.

A outra dimensão de «significativo» é em termos de *relevância*: um acontecimento pode acontecer num lugar culturalmente distante, mas pode ainda estar carregado de significado em

(5) Esta é certamente uma ideia fundamental na psicologia da percepção. De facto, existem aqui duas ideias inerentes: a noção de um nível absoluto que não deve ser demasiado baixo, e a noção do aumento necessário para ser perceptível — as *just noticeable differences (jnd's)*. As *jnd* ampliam-se com o aumento do nível absoluto; quanto maior a amplitude, maior a diferença necessária para ser perceptível (quer estejam ou não de acordo com o princípio de Weber). Este princípio aplica-se, provável e muito explicitamente, à comunicação noticiosa: quanto mais dramática for a notícia, mais é necessário acrescentar ao drama. Isto pode levar a importantes distorções. Quanto mais drama existir, mais os meios de comunicação social terão de exagerar para captar novo interesse, o que leva à hipótese de que há mais exagero quanto mais dramático é o acontecimento.

(6) N. R. — Ashby in *An Introduction to Cybernetics* (Nova Iorque: Wiley, 1957) define o ruído simplesmente como distorção, que pode criar diferenças de interpretação por parte do emissor e receptor de um canal de comunicação. Mas tanto se pode dizer que o sinal distorce o ruído como o contrário.

(7) B. Berelson e G. A. Steiner no seu *Human Behaviour: An Inventory of Scientific Findings* (Nova Iorque: Harcourt, Brace & World, 1963) referem um número de princípios no capítulo «Perceiving», e dois deles são (p. 112 e p. 100):

- B7: Quanto maior a ambiguidade do estímulo, mais espaço e maior a necessidade de interpretação.
B3. 3a: Também pode haver um conhecimento reduzido dos estímulos se for importante *não* ver (defesa perceptual).

O que temos estado a fazer é combinar estes teoremas (mas não dedutivamente) na ideia de defesa contra a ambiguidade. Há várias razões para isto. Os jornais actuais são meios de comunicação de massas, pelo menos a maioria deles, e os *publishers* podem sentir (justificadamente ou não) que o aumento na ambiguidade pode baixar as vendas. Além disso, enquanto as notícias servirem como base para a orientação da acção, a ambiguidade aumentará mais do que reduzirá a incerteza e fornecerá uma base mais pobre para a acção.

termos do que pode implicar para o leitor ou o ouvinte. Assim, o país culturalmente distante pode ser trazido através de um padrão de conflito com o próprio grupo de indivíduo (8).

A quinta hipótese liga o que está seleccionado com a pré-imagem mental, onde o termo «espera» pode e deve ser interpretado cognitivamente como *prediz* e normativamente como «quer». Uma pessoa prediz que algo acontecerá e isto cria uma matriz mental para maior facilidade na recepção e no registo do acontecimento se finalmente tiver lugar. Ora se se quer que ele aconteça, a matriz é ainda mais preparada, de tal forma que se pode distorcer as percepções recebidas e proporcionar imagens consonantes com o que se queria. No sentido aqui referido, as «novas» são, de facto, «velhas», porque correspondem ao que se espera que aconteça — e se estiverem muito longe das expectativas não serão registadas, de acordo com esta hipótese de consonância (9).

A sexta hipótese vem corrigir a quarta e a quinta. A ideia é simplesmente a de que não é suficiente para um acontecimento ser culturalmente significativo e consonante com o que se esperava — isto define apenas um vasto conjunto de candidatos a notícias. Dentro deste conjunto, de acordo com a hipótese, as mais inesperadas têm as maiores hipóteses de serem incluídas como notícias. É o inesperado *dentro dos limites do significativo e do consonante* que atrai a atenção de alguém, e por «inesperado» queremos dizer essencialmente duas coisas: *inesperado* ou *raro*. Assim, o que é regular e institucionalizado, contínuo e repetitivo em intervalos regulares e pequenos, não atrai praticamente muita atenção, *ceteris paribus*, como o inesperado e o *ad hoc* — uma circunstância que é provavelmente bem conhecida dos planeadores de cimeiras (Galtung, 1964). Os acontecimentos têm de ser inesperados ou raros, ou, de preferência, ambas as coisas, para se tornarem boas notícias.

A sétima hipótese consiste na ideia de que logo que alguma coisa atinja os cabeçalhos e seja definida como «notícia», então *continuará* a ser definida como notícia durante algum tempo, mesmo que a amplitude seja drasticamente reduzida (Ostgaard, 1965, 151). O canal foi aberto e fica parcialmente aberto para justificar, em primeiro lugar, o facto de estar aberto, em parte por causa da inércia no sistema e, em parte porque o que foi inesperado tornou-se agora familiar. Assim, F7 é, de certa maneira, deduzível de F3 e F6.

A oitava hipótese refere-se à *composição* de unidades, como sejam o entretenimento nocturno para a família à roda do rádio, a primeira página de um jornal, o programa de informação na rádio, o jornal de actualidades na televisão ou no cinema, etc. A ideia é esta:

(8) O factor comum por detrás de ambas as dimensões do que nós chamámos «significância» (*meaningfulness*) é, provavelmente, a «identificação».

(9) De novo, algumas descobertas de Berelson e Steiner são úteis (op. cit., p. 101 e p. 529):

- B3.2: Relativamente às expectativas, ou a algo de semelhante, as pessoas devem dar mais atenção a aspectos do meio ambiente que se prevejam, do que àqueles que o não são, e devem prever mais as coisas com que estão familiarizados.
- B3.3: No que diz respeito aos motivos, as pessoas não procuram somente coisas que necessitam ou querem; mas quanto maior é a necessidade, maior é a tendência para ignorar elementos irrelevantes.
- A1: As pessoas têm tendência para ver e ouvir comunicações que sejam favoráveis às suas predisposições; elas provavelmente vêem e ouvem mais comunicações congeniais do que neutrais ou hostis. E quanto mais interessadas estão num assunto, maior é provavelmente essa atenção selectiva.

Imagine-se que o editor de uma estação de radiodifusão recebe apenas notícias do estrangeiro e só de um certo tipo. Alguns minutos antes de entrar no ar, ele recebe algumas notícias domésticas insignificantes e algumas notícias do estrangeiro de um género diferente. A hipótese é a de que o valor mínimo necessário para estas notícias será muito mais baixo do que teria sido de outro modo, devido a um desejo de apresentar um todo «equilibrado». De igual modo, se já houver muitas notícias do estrangeiro, o valor mínimo necessário para cada uma será aumentado.

Como referimos, estes oito factores baseiam-se na discussão pura e simples acerca do que facilita e do que impede a percepção. São considerados culturalmente livres, no sentido de que não esperamos que variem significativamente na cultura humana – não devem depender muito dos parâmetros culturais. Mais propriamente, nós não esperaríamos que variassem muito nos eixos este-oeste, norte-sul ou centro-periferia, eixos que nós geralmente utilizamos para estruturar o mundo. Em particular, estes factores deveriam ser relativamente independentes de alguns outros determinantes principais da imprensa. Um jornal pode variar ao ponto de satisfazer a circulação de massas e uma economia de mercado livre. Se se quiser uma circulação de massas, todos os passos na cadeia noticiosa anteciparão provavelmente a reacção do passo seguinte na cadeia e acentuarão os efeitos de selecção e distorção de modo a tornar o material mais compatível com a imagem que os leitores querem. Além disso, um jornal pode variar no grau com que tenta apresentar muitos aspectos da situação, ou melhor, como os parceiros numa causa judicial tenta apresentar apenas o material que é facilmente compatível com o seu próprio ponto de vista político. Neste último caso, a selecção e a distorção serão provavelmente acentuadas e certamente não diminuirão.

Mas não há dúvida de que também existem factores culturais influenciando a transição dos acontecimentos para notícias e devemos mencionar quatro desses factores que consideramos ser importantes, pelo menos no canto Noroeste do mundo. São os seguintes:

F9: *Quanto mais o acontecimento diga respeito às nações de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.*

F10: *Quanto mais o acontecimento diga respeito às pessoas de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.*

F11: *Quanto mais o acontecimento puder ser visto em termos pessoais, devido à acção de indivíduos específicos, mais provável será a sua transformação em notícia.*

F12: *Quanto mais negativo for o acontecimento nas suas consequências, mais provável será a sua transformação em notícia.*

De novo, alguns comentários são necessários.

Que as notícias sejam centradas na elite, em termos de nações ou em termos de pessoas, não é muito estranho. As acções da elite são, pelo menos geralmente e na perspectiva a curto prazo, mais importantes do que as actividades dos outros: isto aplica-se tanto às nações de elite como às pessoas de elite. Além disso, como amplamente demonstrado pelas revistas populares existentes na maioria dos países, a elite pode ser utilizada, em certo sentido, para falar de toda a gente. Uma «estória» acerca do modo como o rei celebra o seu aniversário conterà muitos elementos que poderiam de igual modo ter sido utilizados acerca de qualquer outra pessoa, mas quem, em particular, entre os homens e mulheres vulgares, deveria ser escolhido para a narração da «estória»? As pessoas de elite estão disponíveis não só para servir de objectos da identificação

geral, mas também por causa da sua importância intrínseca. Assim, num sistema de comunicação noticioso centrado na elite, não se dá a hipótese às pessoas vulgares de se representarem a si próprias. *Mutatis mutandis*, o mesmo deveria aplicar-se às nações.

Mais problemática é a ideia da *personificação*. A tese é a de que as notícias têm uma tendência para apresentar os acontecimentos como frases onde existe um sujeito, uma denominada pessoa ou colectividade composta por algumas pessoas, e o acontecimento é então visto como uma consequência das acções desta pessoa ou destas pessoas. A alternativa seria a de apresentar os acontecimentos como o resultado das «forças sociais», como resultados mais estruturais do que idiossincráticos da sociedade que os produziu. Numa apresentação estrutural, os nomes dos actores desapareceriam em grande parte, como acontece com a análise sociológica e sempre pela mesma razão – a tese é a de que a apresentação encontrada assemelha-se mais ao que se descobre na tradicional análise histórica personificada. Até ao ponto em que a tese for correcta o problema será o do *porquê*, e temos cinco explicações diferentes para oferecer:

1. A personificação é um resultado do *idealismo cultural* segundo o qual o homem é dono do seu próprio destino e os acontecimentos podem ser vistos como o resultado de um acto de livre vontade. Numa cultura com uma visão mais materialista, não deve ser este o caso. Os factores estruturais devem ser realçados, haverá mais eventos envolvendo as pessoas ou tendo as pessoas como instrumentos, do que os acontecimentos causados pelas pessoas.
2. A personificação é uma consequência da necessidade de significado e consequentemente de *identificação*; as pessoas podem servir mais facilmente como objectos de identificação positiva e negativa através de uma combinação de projecção e empatia.
3. A personificação é um resultado do *factor-frequência*: as pessoas podem agir durante um espaço de tempo adequado à frequência dos *media* noticiosos, as «estruturas» são mais difíceis de fixar no tempo e no espaço.
4. A personificação pode ser vista como uma consequência directa da *concentração elitista*, mas distinta dela.
5. A personificação está mais de acordo com as modernas técnicas de recolha e apresentação das notícias. Assim, é mais fácil tirar uma fotografia duma pessoa do que de uma «estrutura» (esta última é melhor para os filmes – talvez), e uma vez que uma entrevista fornece uma base necessária e suficiente para uma «estória» centrada numa pessoa, uma «estória» centrada na estrutura requererá muitas entrevistas, técnicas de observação, recolha de dados, etc. Obviamente, está implícita aqui a questão do «ovo e da galinha», uma vez que também se pode argumentar que a personificação veio primeiro e que as técnicas, toda a estrutura da comunicação noticiosa, foram desenvolvidas consequente e posteriormente.

Nós apenas damos aquelas explicações sem fazer qualquer escolha entre elas; primeiro que tudo, porque não existe qualquer razão para escolher, contanto que não se contradigam; em segundo lugar, porque não temos nem quaisquer dados nem qualquer teoria que nos forneçam uma base racional para uma escolha. É nosso pressentimento que a análise futura realçará o facto de estes factores se reforçarem uns aos outros na produção da personificação.

Quando reclamamos que as notícias negativas são preteridas em relação às positivas, não estamos a dizer nada mais sofisticado do que aquilo que a maioria das pessoas parece querer dizer quando afirma que «há tão pouca coisa alegre nas notícias», etc. Mas nós podemos oferecer um número de razões pelas quais este estado de coisas se apresenta como possível, como fizemos para o factor de personificação. Iremos fazer isso utilizando os outros factores de forma relativamente sistemática:

1. *As notícias negativas entram* no canal noticioso mais facilmente porque *satisfazem* melhor o critério de *frequência*. Existe uma assimetria *básica* na vida entre o positivo, que é difícil e leva tempo, e o negativo, que é muito mais fácil e leva menos tempo – compare-se a quantidade de tempo necessário para educar e tornar sociável uma pessoa adulta e a quantidade de tempo necessária para a matar num acidente: a quantidade de tempo necessário para construir uma casa e para a destruir pelo fogo, para fazer um avião e o destroçar, e por aí adiante. A positiva não pode ser fácil, pois então teria um baixo valor de raridade. Assim, um acontecimento negativo pode mais facilmente desenrolar-se por completo entre duas edições de um jornal e duas transmissões radiofónicas – isto é mais difícil e específico para um acontecimento positivo. São necessários acontecimentos iniciais ou culminantes. Um indivíduo orientado para as relações públicas assegurará essa necessidade – mas nem sempre estará presente.
2. *As notícias negativas serão* mais facilmente *consensuais e inequívocas* no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo. Um acontecimento «positivo» pode sê-lo para algumas pessoas e não o ser para outras, e por isso não satisfazer o critério de clareza. O seu significado será ofuscado por outros *overtones* e *undertones*.
3. Diz-se que as notícias negativas são mais *consonantes* com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo. Importa é que as notícias negativas preencham algumas necessidades latentes ou manifestas e de que muitas pessoas têm essas necessidades. Das muitas teorias neste campo, preferimos a versão da dissonância cognitiva por ser falsificável. A teoria, todavia, pressupõe um nível relativamente alto de ansiedade geral, que fornece uma matriz na qual as notícias negativas podem ser encaixadas com bastante consonância. Deve ser o que se passa durante as crises ⁽¹⁰⁾, pelo que um teste desta teoria seria a de que durante as crises

⁽¹⁰⁾ Festinger tem um ensaio muito interessante acerca do modo como os índios seleccionavam os rumores que se seguiam a um terramoto, e que estavam de acordo com o medo provocado pelo mesmo: «Especulemos acerca do conteúdo da cognição destas pessoas. Quando o terramoto acabou, tiveram uma forte e persistente reacção de medo, mas não viram nada de diferente à sua volta, nenhuma destruição, nada ameaçador, em suma, havia-se originado uma situação em que existia uma dissonância entre a cognição correspondente ao medo que sentiam e a percepção do que viam à sua volta que, poder-se-ia dizer, correspondia à cognição de que não havia nada para se ter medo. A grande maioria dos rumores que tinham grande circulação eram rumores que, a acreditar neles, forneciam cognição consonante o medo que as pessoas sentiam. Poder-se-lhes-ia chamar rumores «provocadores de medo», embora, se a nossa interpretação está correcta, deveriam mais propriamente chamar-se rumores «justificativos de medo». Leon Festinger, «Demotivating Effect of Cognitive Dissonance», in Gardner Lindzey (ed.), *Assessment of Human Motives* (Nova Iorque: Grove Press, 1958), p. 72.

as notícias que não estão relacionadas com as crises tendem a ser mais negativas, e não mais positivas (como uma teoria de compensação, mais do que a da dissonância/redução de carácter prognóstico).

4. As notícias negativas são mais inesperadas do que as positivas, tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros, como no sentido de que são menos previsíveis. Isto pressupõe uma cultura onde as mudanças para o positivo, por outras palavras «o progresso», são vistas de algum modo como a coisa normal e trivial que pode ser menos noticiada porque não representa nada de novo. Os altos e baixos negativos serão mais noticiados do que o fluxo positivo estável. O teste desta teoria seria uma cultura com *regressão*, como facto normal, e nesse caso preveríamos uma torrente de notícias positivas. Um exemplo disto é a doença de uma pessoa importante: a mais leve melhoria é amplamente noticiada relativamente a um declínio constante.

De novo, não temos teorias suficientes para fazer uma escolha entre estas possíveis explicações – nem temos de o fazer, uma vez que elas não se excluem umas às outras.

Relativamente a estes últimos quatro factores disse-se que eles parecem ser de particular importância no canto Noroeste do Mundo. Isto não significa que eles não ocorram noutras áreas, mas também se poderia imaginar outros padrões de relação entre o conjunto de acontecimentos e o conjunto de notícias. O quadro I mostra alguns exemplos:

QUADRO I

Alguns padrões da estrutura noticiosa

Padrão	F9	F10	F11	F12
I	nação centrado na elite	pessoas centrado na elite	personificação centrado na pessoa	negativização centrado no negativo
II	centrado na elite	centrado na elite	centrado na estrutura	centrado no positivo
III	centrado na elite	centrado na elite	ambos	centrado no negativo
IV	centrado na não elite	centrado na elite	centrado na pessoa	centrado no positivo

O padrão I é o padrão que descrevemos anteriormente. O padrão II, a que os dois últimos e os dois primeiros aspectos dizem respeito, estaria mais de acordo com o pensamento socialista, com o pensamento das grandes potências. Ele englobaria a estrutura noticiosa da União Soviética, mas com a importante ressalva de que se utilizaria o padrão III para descrever as potências ocidentais. De igual modo, um país em vias de desenvolvimento recentemente

independente poderia utilizar o padrão IV para si, assim como as antigas potências coloniais receberiam o padrão III. Mas tudo isto, no entanto, é muito especulativo (11).

Listemos então sistematicamente os 12 factores em que nos temos concentrado nesta análise (juntamente com os subfactores):

Os acontecimentos tornam-se em notícias até ao ponto de satisfazerem as condições de

- F1: frequência
- F2: *threshold*
- F2.1: intensidade absoluta
- F2.2: aumento de intensidade
- F3: inequivocidade
- F4: significância
- F4.1: proximidade cultural
- F4.2: relevância
- F5: consonância
- F4.1: «predictabilidade»
- F4.2: exigência
- F6: imprevisibilidade
- F6.1: «impredictabilidade»
- F6.2: escassez
- F7: continuidade
- F8: composição
- F9: referência a nações de elite
- F10: referência a pessoas de elite
- F11: referência a pessoas
- F12: referência a algo negativo

Como referimos, estes 12 factores não são independentes uns dos outros: existem interessantes inter-relações entre eles. Todavia, não devemos tentar «axiomatizar» nesta magra base. Imaginemos que todos estes factores estão operando. Isso significa, supomos, três coisas:

1. Quanto mais acontecimentos satisfizerem os critérios mencionados, mais possibilidades terão de serem registados como notícias (selecção).
2. Logo que uma notícia é seleccionada, o que a torna noticiável de acordo com os factores, será salientada (distorção).

(11) Como exemplo, podem ser dadas algumas impressões dos três meses de leitura sistemática do jornal marroquino *Le Petit Marocain*. De uma forma muito resumida: a primeira página continha notícias acerca do progresso em Marrocos, a segunda acerca de decadência, assassinio, violação e violência em França – de modo que qualquer pessoa podia tirar a sua conclusão. Naturalmente, essas coisas dependerão mais fortemente dos sistemas de valores do corpo editorial – mas nós, todavia, postulamos a existência de padrões gerais. Ola Martensson, *Pravda, Izvestia och Krasnaja Zvezda under varen hosten 1964* (Lund: Instituto de Ciência Política, Lund University, Suécia, 1965), 26 pp. mimeo.

3. Tanto o processo de selecção como o processo de distorção terão lugar em todas as fases da cadeia, desde o acontecimento até ao leitor (repercussão).

Assim, quanto maior a cadeia, mais a selecção e a distorção terão lugar de acordo com o acima dito – mas também haverá mais material para seleccionar e distorcer se se pensar nas agências de informação ligadas a correspondentes especiais. Por outras palavras, nós pomos a hipótese de todas as ligações na cadeia reagirem com o que se recebe em grande parte de acordo com os mesmos princípios. O jornalista perscruta os fenómenos (na prática, esquadrinhando outros jornais) e selecciona e distorce, e o mesmo faz o leitor quando recebe o produto acabado, as páginas de notícias, e o mesmo ainda fazem todos os intermediários. E o mesmo fazem, supomos, as pessoas de um modo geral quando relatam algo. É, por exemplo, o caso dos diplomatas quando reúnem material para despacho – em parte porque estão condicionados pela sua psicologia e a sua cultura, e em parte porque se sentem influenciados pelos jornais.

Em geral, isto significa que os efeitos cumulativos dos factores devem ser consideráveis e devem produzir uma imagem do mundo diferente do «que realmente aconteceu» – por exemplo, das formas indicadas por Ostgaard, (1965, p. 52). Todavia, uma vez que não temos qualquer linha de base nos relatos directos acerca do «que realmente aconteceu», nos quais isto possa ser testado, devemos prosseguir numa direcção diferente. O nosso problema é o modo como os factores se relacionam uns com os outros na promoção de um produto final.

Imaginemos que todos os factores, por simplificação, são dicotomizados de modo a que um acontecimento ou os possui ou não. Um dado facto pode receber uma pontuação de 0 a 12 de acordo com este sistema, e nós achamos que é tão vantajosa uma pontuação daquele conceito esquivo da «noticiabilidade» como de qualquer outro, numa cultura em que F8-F12 são válidos. Isto tem duas implicações teóricas que serão enunciadas. A primeira é extremamente simples:

Hipótese de aditividade: Quanto mais alta for a pontuação total de um acontecimento, maior será a probabilidade de se tornar notícia, e de se tornar manchete (*headlines*).

Isto pode ser encarado como uma hipótese acerca do modo como os jornalistas trabalham, acerca do modo como o *night editor* reage aos textos das notícias que chegam ou acerca do modo como o leitor reage quando procura no seu jornal algo que valha a pena ler. Pode ser mais válido nos primeiros dois do que no último caso – não sabemos. Mas é interessante tomar nota de alguns pares que devem ser considerados particularmente noticiáveis:

- (9.10): notícias acerca de pessoas de elite em nações de elite
- (9.12): notícias de natureza negativa relativas a nações de elite – por outras palavras, conflito de grandes potências
- (10.12): notícias de natureza negativa relativas a pessoas de elite – por outras palavras, luta pelo poder, etc., ao mais alto nível da sociedade
- (11.12): notícias de natureza negativa relativas a pessoas — por outras palavras, escândalos.

Praticamente não é necessário fazer uma análise de conteúdo para substanciar a asserção de que estas quatro categorias representam uma fracção considerável das notícias apresentadas pelos jornais na maior parte do mundo.

Mas há uma outra hipótese que é menos trivial. Um acontecimento não tem obviamente de ter uma pontuação de 12 para ser manchete. Imaginemos que o nível de aceitação é 6, que pode ser obtido de 924 maneiras diferentes. (Este elevado número, aliás, explica a razão pela qual os factos podem estar a operar e não serem notados pelo público: a variedade é enorme.) A implicação disto reside apenas no facto de se o acontecimento for baixo numa dimensão ou factor, *ele pode compensar isso sendo alto noutra*, e ainda ser notícia. Por exemplo, quanto menos um acontecimento se referir a pessoas enquanto actores mais negativo terá de ser (terramotos, acidentes que são apresentados em termos de erros técnicos, não em termos «de factor humano»). Quanto mais próximo culturalmente for o acontecimento, e por isso mais significativo, menos tem de se referir às pessoas da elite – e vice-versa: quanto mais distante culturalmente for o acontecimento, mais se deve referir às pessoas da elite, *ceteris paribus* (o que corresponde à impressão de que se fala muito menos da gente comum que vive em países longínquos).

Uma vez que temos 12 factores, este princípio dá origem a 66 hipóteses, da seguinte forma:
Hipótese de complementaridade:

$$F_i \quad F_j, \quad i = j; \quad i, \quad j = 1, 2, \dots, 12$$

O raciocínio é sempre o mesmo; se um acontecimento é baixo em F_i , então terá de ser elevado nalgum F_j para ser notícia. Para um F_i baixo, a probabilidade de um F_j ser alto é maior do que para um F_i elevado – uma vez que um F_i elevado já contribuiu para a pontuação total. De acordo com a hipótese aditiva, também existirão notícias em que ambos serão elevados, e aos quais será dada bastante relevância. Mas acontecimentos em que ambos sejam baixos não serão admitidos como notícias.

Assim, para um caso de somente dois factores, F_i e F_j , temos os três tipos de acontecimentos indicados no quadro II:

QUADRO II

Uma tricotomia de acontecimentos de acordo com a noticiabilidade

		F_i	F_j	Pontuação de noticiabilidade
Tipo 1.	Notícias proeminentes	elevado	elevado	2
Tipo 2.	Vulgares	elevado baixo	baixo elevado	1
Tipo 3.	Acontecimentos não notícias	baixo	baixo	0