

AS DEFINIÇÕES DO NEWSMAKING: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE AS PERSPECTIVAS DO CONCEITO

Ytalo Silva Cantanhede¹

Sofia Cavalcanti Zانforlin²

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a teoria do newsmaking. Por meio de uma pesquisa bibliográfica e posterior análise de conteúdo dos estudos atuais, percebe-se que a cultura profissional dos jornalistas sofre alterações na medida em que as etapas de produção se tornam mais dinâmicas. Consideram-se também as questões de subjetividade e objetividade como princípios para incorporar os aspectos teórico-metodológicos. Assim, pretende-se contribuir com fundamentação teórica para auxiliar trabalhos semelhantes e compreender os processos da informação no contexto sociocultural e nos parâmetros jornalísticos. Para isso, compreende-se que a complexidade de produção da notícia e o direcionamento das informações na sociedade são fatores que exigem estudo científico e um aprofundamento teórico.

Palavras-chave: *Newsmaking; Noticiabilidade; Valores-notícia; Jornalismo.*

INTRODUÇÃO

A teoria do newsmaking pressupõe que as notícias cumprem uma rigorosa rotina industrial determinada pelos veículos de comunicação por causa da quantidade excessiva de fatos presentes no cotidiano. Acrescenta também que é necessário manter a organização do trabalho jornalístico no sentido de acelerar a produção das notícias. Para testar essa

¹ Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: ytalo.silva502010@gmail.com.

² Orientadora do trabalho. Doutora em comunicação e cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: szanforlin@gmail.com.

teoria em relação a prática jornalística, é necessário compreender o processo de produção de notícias e como os veículos de comunicação, inseridos em uma rotina industrial, cumprem as tarefas previstas nesse processo: reconhecer, entre os fatos, aqueles que podem ser notícia (seleção); elaborar formas de relatar os assuntos (abordagem/angulação); organizar, temporal e espacialmente, o trabalho para que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhados de maneira organizada.

Nesse contexto, conforme Felipe Pena (2005, p.128): “Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. As normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção das notícias”. Diante da eventualidade dos acontecimentos, os veículos de comunicação precisam colocar ordem no tempo e no espaço previsto. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking. Destacam-se as seguintes práticas inerentes a essa teoria: noticiabilidade, critérios que escolhem, entre inúmeros fatos, uma quantidade limitada de notícias. Sistematização: rotina de divisão das ações que envolvem a pauta, a reportagem e a edição. Valores-notícia: senso comum das redações. Qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é de acordo com o senso comum.

Investigar os fundamentos de integração do jornalista com os veículos de comunicação e como eles lidam com o newsmaking é o principal objetivo deste artigo. Assim, utiliza os ideais de objetividade e subjetividade como princípio para analisar a cultura profissional dos jornalistas com os meios de comunicação, tendo em vista que os veículos de informação definem os valores e a hierarquia da notícia. A abordagem será bibliográfica, seguida de análise de conteúdo como procedimento metodológico, pretendendo assim extrair resultados e confrontá-los com a hipótese de que modificações do newsmaking implicam em transformações na cultura profissional do jornalista.

A RESPONSABILIDADE JORNALÍSTICA NO ÂMBITO SOCIAL

Em uma análise inicial, é válido mencionar um trabalho já realizado sobre o viés midiático. Segundo Rocha (2008) surge a ideia da possibilidade de uma separação precisa entre a divulgação de fatos e opiniões. Nesse sentido, o jornalista ao lidar com o newsmaking, sente dificuldade em combinar sua opinião com os fatos, no que diz respeito a sua autonomia ao produzir a notícia, pois é perceptível a imprensa atuar de forma

automática com o intuito de controlar a informação, no entanto, o subjetivismo do jornalista é importante para a construção da notícia.

Os critérios de noticiabilidade devem ser considerados para um entendimento maior da informação. Segundo Traquina (2005, p. 47) “Devido aos valores-notícia, os jornalistas formam hábitos mentais, isto é, maneiras de ver”. É notório que a influência dos meios midiáticos é extremamente contínua. A seleção vocabular, o direcionamento e o impacto das notícias são mecanismos que a imprensa sabe aproveitar. A atividade jornalística é carregada de uma responsabilidade social, tendo em vista o indivíduo inserido no contexto informativo das notícias. O jornalista incorpora a notícia quando aplica o subjetivismo, ou seja, através da informação, é capaz de moldar os fatos ao mesclar a opinião.

De acordo com Cornu (1994, p. 390) “A responsabilidade do jornalista põe em jogo a sua liberdade pessoal e profissional. Põe em jogo as suas convicções. Refere-se fundamentalmente a questão da verdade na sua dimensão ética”. É nesse contexto que entram as questões da objetividade e subjetividade. O conceito da verdade e a projeção da notícia são sustentados por esses pilares, pois o jornalista deve ter ciência que a verdade é uma responsabilidade ética. É importante destacar que a objetividade é um método essencial, quando em equilíbrio com o subjetivismo. É preciso existir equilíbrio entre esses dois pilares, pois a notícia não deve ser puramente objetiva nem excessivamente subjetiva.

Nesse contexto, percebe-se que o jornalista pelo fato de estar inserido na sociedade, possuir valores e participar das interações sociais, essencialmente é um indivíduo subjetivo, pois “Não é possível examinar o jornalismo com sua cobertura de acontecimentos sem que tenhamos, mesmo que genericamente, uma certa concepção de mundo, ainda que contraditória e fragmentada, tal como vai se apresentando, aparentemente, a realidade social” (KARAM, 1997, p. 52).

É importante salientar que, quanto ao caráter objetivista da informação, é necessário mantê-lo para dar uma credibilidade aos fatos. Todavia, uma notícia exclusivamente objetiva não significa que é o modelo ideal, tampouco representa qualidade de informação. O jornalista deve refletir a verdade com uma carga emocional equilibrada, visando atingir a subjetividade dos outros indivíduos de uma maneira imparcial. A definição parece contraditória, pois é difícil mesclar objetividade com subjetividade, porém, é possível realizar a junção desses elementos. Segundo Dovifat (1976) um jornal não pode ser “objetivamente verdadeiro”, mas apenas “subjetivamente verdadeiro”. Imaginemos o que seria um jornal puramente “objetivo”: ele se assemelharia a uma

construção de fórmulas matemáticas e aluiria com o primeiro erro de cálculo; mais ainda, ninguém o leria.

“Seja qual for a relação entre a realidade divulgada e a realidade verdadeira, os receptores consideram as notícias como testemunho autêntico dos acontecimentos reais. Isto significa que no tocante ao seu efeito ele deve colocar-se em equação com a realidade” (SCHULZ, 1976, p. 29). É perceptível que as percepções da realidade de um grupo social são formadas pelos critérios de seleção que envolvem as etapas de produção. Nesse viés, é notório que o teor da informação depende muito da realidade que é oferecida através da noticiabilidade. Assim, os fundamentos da notícia devem ser considerados para um maior esclarecimento do tema e o maior detalhamento do newsmaking.

AS CONCEPÇÕES DE NEWSMAKING

O aspecto metodológico utilizado pelos pesquisadores do newsmaking é a técnica da observação participante, ou seja, o pesquisador se insere nas redações para analisar basicamente as rotinas produtivas do local, como exemplos relevantes para as primeiras pesquisas destacam-se (Elliot, Altheide, Tuchman, Golding, Gans,). Nesse sentido, para analisar os aspectos da abordagem desses teóricos, segue o levantamento bibliográfico realizado por Mauro Wolf ao coletar as percepções da teoria e seus resultados em relação ao newsmaking.

Em uma análise inicial, e para contextualizar o tema com as concepções dos autores, introduz-se a ideia principal que “A abordagem do newsmaking articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 2002, p. 188). Nesse sentido, percebe-se que a articulação desses aspectos constitui o ponto central para o estudo dos critérios de noticiabilidade e valores notícia.

No que diz respeito a abordagem que define o âmbito de estudo e expõe os problemas de que se ocupa o newsmaking, de acordo com Elliot (1979, p. 1, apud WOLF, 2002, p. 188). “Que imagem do mundo fornecem os noticiários televisivos? Como se associa essa imagem às exigências quotidianas da produção?”. Nesse caso, a pesquisa define o veículo a ser estudado, sobretudo, prepara o cenário do newsmaking no telejornalismo para observar a rotina de produção ao problematizar as questões que envolvem a construção da notícia, pois acredita que a informação televisiva raramente produz as notícias para introduzir novos dados ou novas interpretações.

É importante destacar o conceito de perspectiva da notícia ou newspaerspective, desenvolvido por David Altheide, onde o autor cita o ideal da perspectiva prática, pois ressalta que a produção da notícia está ligada a um grau de integração da rotina, ou seja, mesmo passando pela cultura profissional dos jornalistas, a notícia primeiramente deve se enquadrar nos critérios de noticiabilidade dos veículos de comunicação, que escolhem aquilo que deve ser noticiável, de maneira a não atrapalhar o ciclo produtivo e rotineiro das fases de produção.

As notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicitado, visto que parte do *modus operandi* dos jornalistas é que as coisas acontecem ‘lá fora’ e eles limitam-se simplesmente a relatá-las. Afirmar que fazem ou seleccionam arbitrariamente a notícia seria contrário à sua posição epistemológica, uma teoria do conhecimento implícita, construída a partir de procedimentos práticos para resolver exigências organizativas. (ALTHEIDE, 1976, p. 13 apud WOLF, 2002, p. 190).

No sentido de definir a noticiabilidade e compreender como os veículos de comunicação organizam os fatos que entram na rotina de produção, Gaye Tuchman defende a ideia de que os critérios de importância e noticiabilidade são essenciais para manter a organização dos trabalhos inerentes aos meios de comunicação “Sem uma certa rotina de que podem servir-se para fazer frente aos fatos imprevistos, as organizações jornalísticas, como empresas racionais, falhariam”. (Tuchman, 1973, p. 160 apud WOLF, 2002, p. 190). Nesse contexto, a noticiabilidade exige certos requisitos dos acontecimentos para estruturar os trabalhos, pois está estreitamente relacionada com os processos de produção de notícia que busca controlar um número indefinido de fatos para uma quantidade finita e estável com o intuito de introduzir práticas produtivas invariáveis.

Seguindo essa linha de raciocínio, Golding aborda as incompreensões que o discurso da noticiabilidade causa, pois é interpretada em alguns casos como uma distorção idealizada que interfere nas capacidades exclusivamente subjetivas do jornalista “Aquilo que o sociólogo descreve como uma consequência inevitável da organização produtiva, entende-o o jornalista como uma acusação de manipulação ou de incompetência”. (GOLDING, 1979, p. 9 apud WOLF, 2002, p. 192). Essa percepção está ligada a um ponto de vista da noticiabilidade, pois constitui nesses casos alguns elementos de distorção involuntária no espaço informativo dos mass media, ou seja, algo que interfere de maneira automática nos critérios subjetivos dos jornalistas.

De maneira geral, a noticiabilidade é definida por conjuntos inseridos nos meios de comunicação que controlam os acontecimentos e selecionam as notícias, dessa forma, surgem os valores/notícia (news values) como componentes da noticiabilidade. Nesse sentido, são estabelecidos os critérios de seleção de notícias, como define Hebert Gans, possuem um modo quase que automático para otimizar os procedimentos de produção, de maneira flexível e que implica na rapidez da execução dos processos de circulação das notícias no seu aspecto produtivo.

A seleção das notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente. Os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Para além disso, a simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao fato de terem ou não efetuado a escolha apropriada. Por outro lado, os critérios devem ser flexíveis para poderem adaptar-se à infinita variedade de acontecimentos disponíveis; além disso, devem ser relacionáveis e comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis (GANS, 1979, p. 82 apud WOLF, 2002, p. 197).

Nesse contexto, busca compreender quais acontecimentos são considerados relevantes para serem incluídos na rotina de produção de um veículo informativo e, consequentemente, resultar numa combinação que envolve os processos de seleção e a transformação do fato em notícia.

APROFUNDAMENTO DAS REFLEXÕES: VALORES-NOTÍCIA

Ao estudar os critérios que os jornalistas usam para selecionar os acontecimentos que merecem ser transformados em notícia, Nelson Traquina propõe uma classificação dos valores-notícias, ratificando o estudo anterior de Mauro Wolf e elencando as subdivisões do componente em três grupos, nesse sentido, valores-notícias de seleção em termos de critérios: substantivos, contextuais e de construção. Dessa forma, Nelson Traquina pretende esclarecer que a compreensão da noticiabilidade não pode ser observada de forma isolada, pois os critérios de seleção relacionados com o ideal de noticiabilidade dialogam entre si.

Podemos ver que os seus valores-notícia incluem ambos os tipos de valor-notícia, sem, no entanto, a clareza da distinção entre os dois tipos. Por exemplo, Galtung e Ruge identificam como um valor-notícia a importância de “pessoas de elite”, um valor-notícia de seleção que iremos denominar “notoriedade do autor”. Os autores identificam como outro valor-notícia a “personalização”, em que referem que “as notícias têm a tendência de apresentar os acontecimentos como frases onde há um sujeito, uma pessoa nomeada ou uma coletividade que

consiste em algumas pessoas”; a “personalização” é outro valor-notícia, mas um valor-notícia de construção (TRAQUINA, 2008, p. 78).

Os critérios substantivos tratam da avaliação direta do acontecimento em termos de sua relevância para se transformar em notícia, assim, abrange nove valores-notícias catalogados por Nelson Traquina (2008, p. 79-88) com base na distinção inicial de Mauro Wolf (2002): a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o tempo (atualidade), a notabilidade, o inesperado, o conflito (ou controvérsia), a infração e o escândalo. No que diz respeito aos valores-notícias em termos de critérios contextuais que se referem ao contexto da produção de notícia, são cinco: a disponibilidade, o equilíbrio, a visualidade, a concorrência e o dia noticioso. Já os valores-notícias em critérios de construção conceitualmente são os que tratam dos “critérios de seleção de elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração das notícias” (TRAQUINA, 2008, p. 86) – totalizam seis: a simplificação, a amplificação, a relevância, a personalização, a dramatização e a consonância.

Nesse contexto, como forma de desconstruir o conceito de valores-notícia de construção, Gislene Silva propõe uma sistematização dos critérios de noticiabilidade, baseando-se em três instâncias: critérios de noticiabilidade na origem do fato (seleção primária dos fatos / valores-notícia), com abordagem sobre atributos como conflito, curiosidade, tragédia, proximidade etc.; critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos, centrados na seleção hierárquica dos fatos e na produção da notícia, desde condições organizacionais e materiais até cultura profissional e relação jornalista-fonte e jornalista-receptor; e critérios de noticiabilidade na visão dos fatos, sobre fundamentos ético-epistemológicos: objetividade, verdade, interesse público etc. Como parte de uma reflexão em três tempos, a autora trata do primeiro eixo: a partir de demarcações para os conceitos de noticiabilidade, seleção e valores-notícias, faz o levantamento de vários valores-notícia e organiza um elenco simplificado com o objetivo de operacionalizar análises de notícias³

Nessa perspectiva, ao abordar os valores-notícias de construção, Gislene Silva defende que as outras etapas da cadeia de construção e de hierarquização noticiosa são estabelecidas no circuito mais amplo da noticiabilidade.

³ O resumo do artigo da autora e a sua metodologia foram incorporados nessa parte apenas para critério de contextualização, mas o ponto central é a vinculação dos valores-notícias ao plano pragmático dos fenômenos.

Já se sabe que os valores-notícia agem em todo o processo de produção da informação jornalística. Disso não se discorda aqui. O problema é o uso que se faz do conceito. Para Wolf, “valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente”. Nessa definição, a seleção parece restrita apenas em sua etapa primária, sendo que (...) ela continua na etapa seguinte, incluída no conjunto dos demais procedimentos posteriores, a que chamamos de tratamento do fato (SILVA, 2005, p.99).

Dessa forma, esse contraponto evidencia o desafio que contempla a complexidade das dinâmicas de seleção, nesse caso, as percepções distintas do mesmo termo ou componente (valores-notícia de construção) que precedem a etapa de produção da notícia.

Cabe ressaltar a abordagem de Marcondes (1989, p. 50) ao criticar a utilização da notícia a serviço dos interesses ideológicos, ou seja, o direcionamento dos jornalistas e editores quando os interesses dos veículos estão em jogo. Nesse sentido, a lógica das etapas de seleção é enquadrada na ação do jornalista ao lidar com o fato de maneira geral, mas em parceria com os editores pode veicular apenas uma parte desse acontecimento como forma de subverter a realidade, mecanismos esse que o autor chama de formas especificamente jornalísticas de deturpar a realidade.

Temos aqui a primeira forma de realizar um seccionamento e uma seleção no conjunto de fatos sociais. O jornalista extrai da realidade o que lhe interessa (ou aos seus leitores) e isso se transforma em notícia.: da realidade é extraída somente uma parte útil, sendo que essa utilidade é avaliada segundo objetivos puramente particularistas. O editor decide o enfoque da matéria, o tamanho que esta deve ter (em linhas), o tamanho e os tipos de títulos e a colocação na página. Em suma, na mão do editor, está a definição política de como o fato deverá repercutir na sociedade, de como de um acontecimento pequeno fazer um escândalo, de como suprimir naturalmente a divulgação das ocorrências (...) há fatos que, por essa via, são totalmente suprimidos do noticiário ou reduzidos em sua importância (MARCONDES, 1989, p. 50).

Em relação às visões dos acontecimentos existentes que servem de base para seleção das notícias, Rodrigo Alsina promove a ideia que a notícia e o receptor estão conectados em uma dinâmica que os interliga, sendo ambos essenciais para que o produto midiático se torne concreto.

A mídia é um sistema que funciona com alguns inputs, os acontecimentos, e que geram alguns outputs que transmitem as notícias. E essas notícias são recebidas como acontecimentos pelos indivíduos receptores da informação. Ou seja, todo e qualquer output pode ser também um input de outro sistema e todo e qualquer input também pode ter sido um output de um sistema anterior (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 133).

Essa perspectiva sugere que o público é um integrante ativo nas práticas dos meios de comunicação, sobretudo sua interação com o acontecimento possui uma complexidade no mesmo nível que as etapas de valores-notícias, assim como suas diversas contribuições para transformar um simples acontecimento em um fato importante no sentido dos critérios de seleção da notícia. Assim, percebe-se que à primeira vista, esses conceitos parecem que colidem, mas não se conectam, todavia, a análise demonstra que os componentes que envolvem a notícia estão interligados nos parâmetros jornalísticos e nas etapas de construção da notícia.

ABORDAGENS ATUAIS DO NEWSMAKING

Com a facilidade do acesso à informação e as novas percepções dos receptores, surgem novas maneiras e métodos de estudar o newsmaking, principalmente no que tange os adventos tecnológicos, essas inovações implicam em novas perspectivas e abordagens dos pesquisadores atuais para entender a teoria na medida que os meios de comunicação passam por transformações. Dessa forma, será aplicada uma análise de conteúdo em alguns estudos atuais que buscam compreender as modificações que o newsmaking causa no panorama jornalístico, nas percepções dos receptores e na cultura profissional do jornalista.

As pesquisas submetidas para análise foram coletadas especificamente do Repositório Institucional da UnB, devido os estudos nesta área de conhecimento ter um fluxo maior de publicação nesse Repositório selecionado. Dessa forma, para critérios de inclusão, foram consideradas as pesquisas publicadas nos últimos nove anos acerca do tema em diversas perspectivas, demonstrando que mesmo em diferentes abordagens, o estudo do newsmaking converge no ponto central que implica nas diversas transformações do “fazer jornalístico” e como essas mudanças influenciam os indivíduos de acordo com as evoluções tecnológicas, abrangendo na sistematização o período de 2010 a 2019 conforme a tabela a seguir:

Tabela 1 – Estudos atuais acerca do newsmaking

Autores	Tema	Local	Ano	Abordagem
MOTA	Telejornalismo e Identidade Nacional	UnB	2010	Análise crítica do discurso
RUSSI	Evolução da comunicação do STF	UnB	2011	Análise de dados
NOVO	Valores-notícias nos jornais populares	UnB	2011	Análise de conteúdo
NEVES	Construção do acontecimento jornalístico	UnB	2011	Análise de conteúdo
ALMEIDA	Rotinas de produção em colunas políticas	UnB	2012	Observação participante
BATISTA	Noticiador-noticiado: jornalista na mídia	UnB	2013	Estudo de casos múltiplos
MENDES	Construção da notícia através das mídias sociais	UnB	2014	Observação participante
FLOR	Jornalismo em tempos de wikileaks	UnB	2014	Estudo de caso
CATALDO	Transformações no papel do jornalista	UnB	2015	Exploratória (entrevistas)
DUTRA	Os usos da lei de acesso por jornalistas	UnB	2015	Análise de conteúdo
MOREIRA	Mudanças estruturais no jornalismo brasileiro	UnB	2016	Revisão bibliográfica

TOGUCHI	Discurso jornalístico sobre o indígena brasileiro	UnB	2016	Análise crítica do discurso
RIBEIRO	Consumo de informações online	UnB	2016	Multi-metodológica
BELTRAME	Cidadania e noticiabilidade	UnB	2017	Análise de conteúdo
ARAÚJO	Análise da informação no jornalismo online	UnB	2017	Estudo de caso
COSTA	Análise da alimentação como pauta jornalística	UnB	2017	Análise de conteúdo
LEITÃO	Valores-notícia e enquadramentos ação coletiva	UnB	2018	Multi-metodológica
SÁ	A narrativa da migração síria pós-guerra	UnB	2018	Análise crítica do discurso
QUIRINO	Enquadramentos: genocídio de jovens negros	UnB	2018	Análise de conteúdo
SIMON	A seleção da notícia nas mídias sociais	UnB	2019	Análise de conteúdo

Fonte: Repositório Institucional da UnB

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a aplicação dos procedimentos metodológicos, o presente trabalho constatou informações que comprovam a hipótese do artigo e acrescenta resultados adicionais. De acordo com a pesquisa realizada, conclui-se que apesar do jornalista aparentemente ter um protagonismo nas etapas da produção, isso não condiz com a realidade. O jornalista é coadjuvante nas etapas de produção da notícia, outrora, o protagonismo era dos veículos de

comunicação, já na contemporaneidade, os receptores tornam-se os princípios ativos da produção jornalística.

Através desse resultado, percebe-se que as características e mudanças históricas e estruturais nos meios de comunicação implicam na produção de sentido. A cultura profissional do jornalista sofre alterações, pois o jornalismo muda conforme as evoluções socioculturais e tecnológicas. Essas mudanças na cultura profissional do jornalista se explicam principalmente com a chegada da internet que apresenta novas formas de fazer jornalismo. A transformação da cultura profissional do jornalista é inerente a sua relação com o jornalismo, verifica-se que esse é um processo contínuo, em constante desenvolvimento, e que pode mudar de diferentes formas.

Na atualidade, com as tecnologias digitais, as rotinas de produção se alteram e promovem aos jornalistas novas atribuições, principalmente as que definem o novo modo de se relacionar com os receptores. Em síntese, é evidente que o jornalista apesar de não ser o princípio ativo nas etapas de construção da notícia, está atrelado ao newsmaking de maneira a ser moldado pelas transformações que implicam no seu papel de produzir a notícia. Portanto, a conclusão principal é que o newsmaking como instrumento dos veículos de comunicação e dos receptores transforma a cultura profissional do jornalista nas etapas de produção da notícia.

Cabe ressaltar que essas conclusões estão fundamentadas em minuciosa análise dos dados bibliográficos levantados nesta pesquisa, sendo um dos objetivos principais deste artigo auxiliar trabalhos semelhantes acerca do newsmaking, que pôr está em constante desenvolvimento, percebe-se que esse tema pode alcançar diversas linhas de pesquisa e interpretações distintas. Dessa forma, acreditamos que este estudo científico pode auxiliar pesquisadores que pretendam investigar as transformações do newsmaking e as mudanças presentes no jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOVIFAT, Emil. **Zeitungslehre**. 6 ed. Berlim: 1976.

KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

ROCHA, Heitor. Habermas e a teoria do jornalismo: a manipulação ideológica como distorção sistemática da comunicação. **Revista Contracampo**, Niterói, Universidade Federal Fluminense, n. 23, 2008, p.1-18. Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17450>>. Acesso em: 03 Out. 2019

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Trad. Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009.

SCHULZ, Winfried. **Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien**. Freiburg: 1976.

SILVA, Gislene. Para pensar a noticiabilidade. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, v.2, n.1, 2005, p. 95-107.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** [v. 2]: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7 ed. Lisboa: Presença, 2002.

Teses e dissertações

ALMEIDA, Barbara Cristina Arato Mendes de. **Rotinas de produção em colunas de notas políticas no período eleitoral**. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/10238>>. Acesso em: 03 Nov. 2019. jan. 2004

ARAÚJO, Luciana Vieira de. **Análise da informação no jornalismo online**: um estudo de caso do CorreioWeb. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2003. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/30516>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

BATISTA, Ana Lúcia de Medeiros. **Noticiador-noticiado**: perfis de jornalistas numa sociedade em midiatização. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/14274>>. Acesso em: 03 Nov. 2019.

BELTRAME, Vanessa. **Cidadania e noticiabilidade**: o protesto como conflito e infração nos jornais impressos brasileiros (1983-2013). Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/23297>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

CATALDO, Elizabeth. **Os novos desafios do tempo real**: múltiplas temporalidades nas plataformas do Broadcast e Valor PRO. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/18196>>. Acesso em: 05 Nov. 2019.

COSTA, Mariella Silva de Oliveira. **Parem as máquinas!:** a gente não quer só comida: análise da alimentação como pauta jornalística. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/24397>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

DUTRA, Luma Poletti. **Direito à informação em pauta**: os usos da lei de acesso por jornalistas. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/17909>>. Acesso em: 05 Nov. 2019.

FLOR, Guáira Índia. **O jornalismo em tempos de Wikileaks**: uma análise do folhaleaks e da Folha de S. Paulo. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/15613?mode=full>>. Acesso em: 05 Nov. 2019.

MOTA, Célia Maria dos Santos Ladeira. **Representações da identidade nacional na notícia da TV**. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/5692>>. Acesso em: 03 Nov. 2019.

LEITÃO, Ana Paula Bezerra. **Valores-notícia e enquadramentos de ação coletiva no maior portal evangélico do Brasil: o caso Eduardo Cunha no Gospel Mais**. 2017. xiv, 145 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) —Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/31798>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

MENDES, Luciana Carla Kwiatkoski Baumann. **A produção jornalística e as mídias sociais: a utilização do Facebook e do Twitter na construção da notícia**. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/17009>>. Acesso em: 05 Nov. 2019.

MOREIRA, Manoel Henrique Tavares. **Do partidismo à informação: as mudanças estruturais no jornalismo brasileiro e a formação dos impérios midiáticos**. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/19110>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

NEVES, Érica Santana. **A construção do acontecimento jornalístico: o caso Finatec**. 2010. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/7633>>. Acesso em: 03 Nov. 2019.

NOVO, Gustavo Cunha. **A nova cara do velho tabloide: valores-notícia nos jornais populares**. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/7017>>. Acesso em: 03 Nov. 2019.

QUIRINO, Kelly Tatiane Martins. **Enquadramentos e Advocacy sobre o genocídio de jovens negros: análise da cobertura da Folha de S. Paulo**. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/31914>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

RIBEIRO, Gabriela Silva. **O marketing das notícias:** consumo de informações online, persuasão e confiança. 2016. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/21329>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

RUSSI, Joyce Maria Magalhães. **Assessoria de comunicação, agendamento e newsmaking:** um estudo sobre a evolução da comunicação do Supremo Tribunal Federal. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/7610>> Acesso em: 03 Nov. 2019.

SÁ, Silvana Pena de. **A narrativa da migração síria pós-guerra:** uma análise da cobertura do Jornal Nacional (2014 – 2016). Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/32481>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

SIMON, Marina Medleg. **“Vai bombar!”** - A seleção da notícia nas mídias sociais: o caso dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/34428>>. Acesso em: 06 Nov. 2019.

TOGUCHI, Isabella Siqueira. **A gramática do preconceito:** estudo cognitivo-funcional do discurso jornalístico sobre o indígena brasileiro. Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/21975>>. Acesso em: 06 nov. 2019.