

## NEWS HONORS: OS PRÊMIOS EM JORNALISMO E A INFLUÊNCIA INDIRETA NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA A PARTIR DA ROTINA COGNITIVA<sup>1</sup>

### NEWS HONORS: JOURNALISM PRIZES AND THEIR UNDIRECTED INFLUENCE IN NEWS PRODUCTION PROCESS BY COGNITIVE ROUTINES

Robson Dias\*

#### RESUMO:

Há premiações em jornalismo para matérias, para profissionais e para empresas. Os prêmios são dispositivos dos *definidores primários* (HALL et al, 1993) que prescrevem saberes e fazeres na *cultura profissional* (SCHUDSON, 1993) baseados em especificidades discursivas de pautas codificadas em falas autorizadas, a serem premiadas. Neste universo, diversos atores sociais atuam no *processo de produção da notícia*: *News Promoters*, *News Assemblers* e *News Consumers*, em Molotch e Lester (1993). Os *News Honors* são um lócus não visto ainda na *Teoria da Notícia*, em que se enquadram os agentes que promovem a normatização das *rotinas produtivas* (TUCHMANN, 1993) por meio dos prêmios, no tocante aos *limites cognitivos* de Traquina (1993) e às *rotinas cognitivas* de Sousa (2003). O artigo exploratório, interpretativo e qualitativo investiga o controle social das redações pelo viés da *cultura profissional*, oferecendo um novo olhar sobre os prêmios como dispositivos condicionantes da cosmovisão e da consciência do jornalista na fábrica de notícias (*Newsmaking*).

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalista, prêmios, *newsmaking*, rotinas cognitivas.

#### ABSTRACT:

In journalism, there are awards for news, professionals and companies. The awards are *primary definers* (HALL et al, 1993) devices which prescribe knowledge and practices in *professional culture* (SCHUDSON, 1993) based on discursive specificities of guidelines codified in authorized lines: to be awarded. Different social actors act in relation to the *news production process*: *News Promoters*, *News Assemblers* and *News Consumers*, according to Molotch and Lester (1974). The *News Honors* are a locus not yet seen in the

\* Docente na Universidade Católica de Brasília e Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília. BRASÍLIA, Brasil. rbsn.dias@gmail.com

*News Theory* of framing agents that promote the standardization of *production routines* (TUCHMANN, 1993) through the awards, with regard to *cognitive limits* (TRAQUINA, 1993) and *cognitive routines* (SOUSA, 2003). The exploratory, interpretative and qualitative article investigates the social control in newsrooms through the bias of the *professional culture*, offering a new look at the prizes as conditioning devices of the worldview and the conscience of the journalist in the newsmaking.

**KEYWORDS:** Journalist, awards, newsmaking, cognitive routines.

## INTRODUÇÃO

Este artigo é uma interpretação feita com base em pesquisa empírica com estudo de caso, de âmbito nacional, histórico, documental, com uso do método indutivo, a partir da análise de conteúdo (tendo características das amostragens Quantitativa, Qualitativa e Triangulação), na qual o autor investigou prêmios na *cultura profissional* do Jornalismo e mapeou este universo em 30 categorias. Neste contexto, são apontados agentes que promovem indiretamente a normatização das *rotinas produtivas* por meio dos prêmios, para além da ação direta em relação ao *processo de produção da notícia*, classificados em Molotch e Lester (1974): *News Promoters*, *News Assemblers* e *News Consumers*. As premiações funcionam como dispositivos discursivos e doutrinadores gestados por *definidores primários* que influenciam as *rotinas produtivas* jornalísticas. Mais que ganhar espaço nos enquadramentos e nas agendas, os prêmios visam doutrinarem os jornalistas e voltar a cosmovisão destes para uma ação do indivíduo mais amistosa a dada pauta. Os *limites cognitivos* de Traquina (1993) dizem respeito, exatamente, ao comportamento do jornalista e à sua capacidade de trabalho condicionada a uma estrutura e a um repertório cultural e ideológico. As *rotinas cognitivas* de Sousa (2003) dizem respeito ao repertório de cada jornalista e à sua predisposição (ou não) a promover ou rejeitar dada pauta ou angulação de discurso. Esses valores são reificados na cultura profissional dos jornalistas e também na cultura organizacional das empresas jornalísticas. Não raro, as premiações também incidem sobre os profissionais e sobre as empresas, para muito além das matérias em si. Mais que ganhar um espaço no frame midiático, os prêmios visam ganhar a adesão cívica do indivíduo e de sua organização na tentativa de torná-lo sensível à determinada pauta. É uma espécie de doutrinação e de certificação concedida por definidores primários a uma voz jornalística credenciada para promover dada pauta. Logo, uma organização que promove a temática da criança e do adolescente premia um jornalista que será, dentre todo o mercado jornalístico, a voz de autoridade para falar do assunto, pois ele é

premiado como a melhor matéria, o melhor profissional, o profissional mais consciente e a empresa jornalística com mais responsabilidade social (DIAS, 2008). É um rol dos vencedores dos prêmios, mas também um panteão de vozes credenciadas sobre determinado assunto na sociedade: os vencedores da honra e do mérito jornalístico. O olhar novo que oferecemos no artigo diz respeito exatamente a esses aspectos cognitivos promovidos no processo de produção da notícia a partir de prêmios: *News Honors*. Valores e recursos de autoridade reificados, socializados e compartilhados na *cultura profissional*. Estão em discussão também a produção científica sobre *cultura organizacional* e *cultura profissional* e possíveis pontos de contato com estudos de Jornalismo e da *Teoria da Notícia*.

Em relação à sequência do artigo, a primeira seção trata da definição operacional, da tese que lhe dá base empírica e da presente interpretação (sem a ganância de formalizar um conceito ou uma teoria)<sup>2</sup>. A segunda seção contextualiza os resultados da tese e esmiúça o contexto dos prêmios. A terceira seção faz a ligação entre os prêmios e a *cultura profissional* jornalística. A quarta seção formaliza a interpretação sobre *News Honors* e a questão da *rotina cognitiva* (SOUSA, 2003) e dos *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993). Os apontamentos finais trazem a questão de que os aspectos cognitivos relativos a repertório, à consciência e ao controle do trabalho jornalístico podem encontrar eco nos estudos de Cultura Organizacional, como os da *Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* (Abrapcorp), e contribuir para aperfeiçoar entendimentos sobre Newsmaking, assim como a *Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo* (SBPJor) pode ajudar os estudos organizacionais a vislumbrarem a socialização também com o viés da profissão, ou seja, a *cultura profissional*.

## DEFINIÇÃO OPERACIONAL

Theophilo e Martins (2009, p. 34) entendem que uma definição é adequada quando propicia características de essência suficientes, por meio das quais seja possível relacionar o termo em causa com a referência correspondente. Para os autores, é determinar a extensão e a compreensão de um objeto ou de uma abstração. Para tanto, é necessário enunciar os atributos essenciais e específicos do definido, tornando-o inconfundível. Não se confunde com a definição constitutiva, que é aquela mais conceitual, dicionarizada.

As definições são pontes entre conceitos ou constructos e observações, comportamentos e atividades reais. A definição operacional atribui um significado concreto ou empírico a um conceito ou a uma variável, especificando operações necessárias para manipulá-lo (Id.).

A tese de doutoramento surgiu com o objetivo de explicar o porquê de o jornalismo ser uma profissão tão premiada (a matéria, o profissional e a empresa) e também como os prêmios promovem, hoje, ações que influenciam o *processo de produção da notícia*. Existem ações diretas das organizações (promotores da notícia) em relação às redações (jornalistas e editores): eventos, releases, sugestão de pauta, banco de fontes. Podemos pensar nesse sentido em uma tentativa direta e ostensiva de acesso à Fábrica de Notícias (*Newsmaking*) e à linha de montagem da notícia (*processo de produção da notícia*, em Molotch e Lester) com ferramentas que ajudem nesta produção noticiosa, ou seja, nas *rotinas produtivas*. No entanto, as fontes e as organizações possuem mecanismos que vão muito além do contato direto com as redações, como os prêmios. As premiações são mecanismos de acesso direto à *cultura profissional* do jornalista (e são de acesso indireto à linha de montagem e à fábrica), pois elas acessam antes a mente do jornalista, pelas *rotinas cognitivas*. É neste domínio da cognição que trabalhamos, tentando nominar um dos inúmeros eventos que compõem a *cultura profissional*. As organizações, como *primary definers* (HALL et al, 1993), editam os prêmios com a seguinte lógica: o vencedor será quem mais se adequar ao objetivo discursivo e de sentido da fonte. Este será o premiado e fará parte de um olimpo da boa prática, dos saberes notáveis e dos fazeres de elite na profissão, no qual também há espaço para a nomeação, inclusive de quem não seja o grande vencedor: a menção honrosa (status de fala autorizada na *cultura profissional*).

A definição de *News Honors* proposta aqui visa exatamente nominar de modo mais específico, nos prêmios, aspectos que a pesquisa em Jornalismo ainda fala de modo amplo, ao utilizar de modo geral o conceito de *cultura profissional*, muitas vezes, apontando um fenômeno, mas não avançando na sua classificação.

Uma característica já identificada é a edição de prêmios em Jornalismo pautados pela cidadania, que acabam flexibilizando a objetividade jornalística por meio da *advocacy*, quando um jornalista compra uma causa e, além de defendê-la, promove-a (DIAS, 2013b, 2013). Historicamente, sabe-se o quanto as organizações foram determinantes na cristalização do conceito de *Jornalismo Investigativo*, no Brasil, a partir do Prêmio Esso (DIAS, 2014a). Sabe-se, também, que há uma cultura premiativa dentro da *cultural*

*profissional* (DIAS, 2014b). O prêmio é uma ação do *definidor primário*, que consiste em um agente autorizado no discurso e no sentido de dado tema.

Nesse aspecto, acreditamos que, neste artigo com vistas a circular em bases indexadas, a definição operacional de *News Honors* é, antes de tudo, mais um chamamento à ciência para refinar e desenvolver essas ideias do que um esforço teórico com a demarcação de território e capital científico de quem quer que seja. Sendo assim, alguns resultados da pesquisa, que é aplicada e amostral, foram contextualizados, ou seja, não pode haver generalização. Não obstante, é a aplicação que dá sentido a esta noção operacional.

Onde está situada a pesquisa no arcabouço teórico? Strelow (2011), em *O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010*, mapeou o conhecimento em artigos científicos sobre Jornalismo publicados em revistas acadêmicas nacionais listadas pelo sistema Qualis. Com isso, teve um índice de frequência dos temas de pesquisa, campos teóricos e métodos mais utilizados no arcabouço teórico do Jornalismo no Brasil, no universo de 853 pesquisas. O mapeamento da autora é em cima de artigos científicos. Logo, utilizaremos os rankings criados por ela para tentar contextualizar onde estamos posicionados. A partir de seu levantamento, na categoria *Sociologia do Jornalismo*, podemos posicionar a definição operacional de *News Honors* em *Rotinas jornalísticas* (categoria 6 da autora) e *Transformações no jornalismo* (categoria 13 da autora). Ainda em Strelow (2011), relativo a campo teórico, estaríamos posicionados em um dos assuntos mais estudados em Jornalismo, o *Newsmaking* (5º colocado); e também entre o menos estudado, *Rotinas Jornalísticas* (16º), de 34 campos listados pela autora.

Esse posicionamento também apoia a seguinte afirmação: não se trata de um assunto tão novo, no sentido conceitual. Os prêmios são novos como objetos de estudo no Jornalismo e como elementos do processo de produção da notícia, mas a pretensão não é instaurar uma nova linha de pensamento com uma “teoria premiativa” da notícia. Com base neste caso, e como definição operacional, o objetivo deste artigo é o de fazer a pesquisa em Jornalismo avançar de modo mais específico e ostensivo sobre fenômenos que ainda são relegados ao termo guarda-chuva: *cultura profissional*. Propõe-se o enfrentamento específico de mais objetos, proporcionando um entendimento mais pontual sobre um entre tantos outros fenômenos e variáveis que incidem sobre a cognição do jornalista, com a justificativa de que estes elementos da *cultura profissional* influenciam o *profissionalismo*, no tocante 1) ao estabelecimento de padrões de

conduta e normas de comportamentos e 2) à determinação de um sistema de recompensa profissional (SOLOSKI, 1993, p. 95). Justifica-se também o apelo aos fenômenos ligados à cognição por incidir na cultura das organizações não só pelo frame jornalístico (*gatekeeper*), mas também pela própria mente dos jornalistas, sua cosmovisão, além de seus lugares de fala (tirando-os da mera adoção dos critérios de objetividade e reposicionando-os com uma atuação de defesa e promoção de dada pauta, de intervenção na realidade).

Os prêmios, como sistema de recompensa profissional, agem em paralelo aos processos intraorganizacionais clássicos dos estudos de *Newsmaking* (que não é uma teoria, mas uma perspectiva teórica da Comunicação e do Jornalismo, perpassada por diversos autores de inúmeras áreas do conhecimento), tendo como aparelho teórico controle do trabalho (BREED, 1993), rotinas produtivas (TUCHMAN, 1993), questão da ação pessoal e seleção de notícias por um filtro (WHITE, 1993), sofrimento com a pressão do tempo (SCHLESINGER, 1993), definidores primários (HALL et al, 1993) e relacionamento entre fontes e jornalistas (MOLOTCH; LESTER).

Um texto clássico da revista *Contemporânea* que inspirou este trabalho nesse sentido é o de Serra (2004), *Relendo o gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo*, com uma importante contribuição da ciência brasileira ao arcabouço teórico internacional. O trajeto aqui é o da leitura do *processo de produção da notícia*, em Molotch e Lester (1974), para muito além dos paradigmas concorrentes em Hackett (1993), já em um contexto mais fluído e sociocêntrico apontado por Motta (2005). Não falamos em releitura, sentido global, pois a proposta, aqui, tem foco somente nos prêmios, que são apenas um dispositivo (entre tantos<sup>3</sup>) na *cultura profissional* jornalística (DIAS, 2014b).

No *processo de produção da notícia*, em Molotch e Lester (1993), *News Promoters* são os promotores da notícia, frequentemente, os assessores de imprensa que tentam inserir pautas de suas organizações na agenda midiática. *News Assemblers* são os responsáveis pelas discussões da notícia, frequentemente, os repórteres das redações que administram os filtros nos quais se legitimam as discussões da agenda midiática. *News Consumers* são os leitores efetivos de dada notícia ou mesmo o constructo entendido como público leitor. Os *News Honors* propostos no artigo são os mecanismos utilizados por assessores para acessar as rotinas cognitivas dos repórteres e influenciar a pauta, a apuração, as decisões editoriais, a configuração e a circulação do noticiário. Isso se dá, principalmente, com base na *cultura profissional* jornalística, cativa da edição de

premiações para matérias, profissionais e empresas. A rotina cognitiva é o trabalho intelectual e de consciência de cada jornalista na redação. Para muito além das rotinas produtivas, cada jornalista tem sua individualidade e consciência e pode influenciar o processo de produção da notícia. Sabe-se das condicionantes de controle estruturalistas deste cenário. Stocking e Gross (1989) postulam que as *rotinas cognitivas* são a dimensão da racionalidade dos jornalistas para muito além dos manuais, das cartilhas e das organizações (*news promoters*) que podem influenciar a *cultura profissional* dos jornalistas (*news assemblers*) quando editam prêmios e prescrevem um novo padrão de saber e de fazer jornalístico.

As *rotinas cognitivas* estão no rol do de controle invisível, a partir da cultura com vistas à cosmovisão e à ideologia. E, neste sentido, as *rotinas cognitivas* se relacionam com a *cultura organizacional* e a *cultura profissional* jornalísticas. A própria perspectiva de *Newsmaking* é um rol de estudos microssociológicos dos aspectos organizacionais e culturais que influenciam a fábrica de notícias (poder, ideologia, discurso, mediação).

## CONTEXTUALIZANDO A APLICAÇÃO

No percurso, foram estudados uma centena de prêmios (114 prêmios<sup>4</sup>), mas, para análise final, foram considerados em uma amostra homogênea (43 premiações) somente os que tivessem essas quatro condições: cujos editais fossem lançados em 2010 e 2011 (1), que fossem jornalísticos (2), premiassem mídia brasileira e/ou alguém em território nacional (3), e fossem escritos em língua portuguesa (4). Trata-se de uma amostra aleatória.

A pesquisa mostra que o Terceiro Setor é o segmento que mais premia (DIAS, 2013, p. 147). A Teoria do Jornalismo, no tocante à *cultura profissional*, deve estar atenta a essa ação dos prêmios, que também não são mecanismos estáveis. Na verdade, os prêmios são estratégias baratas e voláteis (DIAS, 2013, p. 175). Recentemente, o site *Prêmios de Jornalismo* ([www.premiosdejornalismo.com.br](http://www.premiosdejornalismo.com.br)), organizado pela *Jornalistas&Cia*, passou a publicar um calendário atualizado de inscrições e oportunidades.

A mesma organização, *Jornalistas&Cia*, faz rankings e listagens dos jornalistas, como *Os cem mais admirados jornalistas brasileiros*, +*Admirados da Imprensa de Economia*. Não existem ainda pesquisas sobre esses rankings e listagens dos melhores jornalistas, apesar de essas técnicas serem muito similares aos prêmios *Top of Mind*, comuns em

Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Lembrando que a memória a qual uma dada audiência nomeia como os melhores profissionais, produtos ou serviços, incorre em cognição, ou seja, um pouco mais desses meandros tratados com os prêmios neste artigo.

A pesquisa também mostra que ampla maioria das premiações trabalham com candidatura de concorrentes em dada performance a ser avaliada por um júri (DIAS, 2013, p. 177). Esse dado mostra que os prêmios trabalham, em sua maioria, com a sequência de eventos: 1) lançamento de um edital, 2) abertura de inscrições, 3) seleção e avaliação, 4) divulgação de resultados e 5) cerimônia de reconhecimento de mérito (5) (Id.). O fato é que os prêmios não possuem uma lógica meramente institucional ou de Relações Públicas (promoção e proeminência), mas, sim, de *Jornalismo Institucional*, de melhor técnica jornalística. É importante frisar que as fontes têm valores organizacionais, sim, mas atreladas à melhor técnica jornalística. Tanto que essas organizações premiadoras, ao compor as bancas, costumam recorrer aos pares da profissão: os jornalistas de mercado e os acadêmicos de jornalismo júri (DIAS, 2013, p. 185). Esse é um ponto entendido como um locus dos *News Honors*: quando os *News Promoters* e os *News Assemblers* são, ambos, jornalistas. O pressuposto na linha de produção de Molotch e Lester (1993) leva em conta a separação anglo-saxão entre redações e assessorias (com Relações Públicas). Não há o entendimento, do Brasil, de que o jornalista também faz jornalismo estando nas assessorias. Além do que, os paradigmas estabelecidos pelos modelos jornalísticos não são tão estanques, como no estudo de Hackett (1993), *Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos media noticiosos*. Neste sentido, ressaltamos também a contribuição de Motta para a ciência brasileira (2005): *Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico*.

As premiações costumam prestar homenagens em eventos ou mesmo conceder certificações simbólicas (53%: troféu, medalha, insígnia, distintivo, diploma, certificado), ferramentas de trabalho (17%: ipad, laptop, banco de pautas, banco de fontes, newsletter, clipping), bolsas subsídio (12%: TCC estudantil ou produção de reportagens assistidas com verba institucional, tanto para profissionais quanto para estudantes), vale (6%), prêmios estudantis (6%: compras na rede de conveniados, apoiadores, financiadores do prêmio) e cursos (6%: cursos corporativos promovidos pelos premiadores) (DIAS, 2013, p. 180). O interessante destes resultados é que o foco das premiações não está mais meramente na pecúnia, mas na melhoria das condições de trabalho do jornalista com o fornecimento de ferramentas. Desta forma, é como se cada repórter fosse assessorado por uma organização premiadora (*definidor primário*) para uma fala autorizada.

Essas ferramentas de trabalho para jornalistas, em sua ampla maioria, são concedidas pelo *Terceiro Setor* (82%), seguido do *Segundo Setor* (12%) e do *Primeiro Setor* (6%). Dos prêmios analisados, nenhum de reportagem cobrava taxas de inscrição. Somente o *Prêmio Aberje* cobrava valores (de R\$ 460,00 a R\$ 2.540,00 para associados e de 690,00 a R\$ 3.820,00 não associados, valores de 2010-2011).

Em relação a esse lócus dos *News Honors*, é importante frisar que os prêmios mais antigos se limitavam à remuneração em dinheiro. Hoje, as premiações do *Terceiro Setor*, principalmente, trabalham com o paradigma do engajamento. Enquanto antes a remuneração era o fim da premiação, hoje a premiação é apenas o começo de uma parceria na cobertura de determinada pauta. Com o engajamento, o pressuposto de separação entre *News Promoters* e *News Assemblers* não faz sentido, pois o repórter vira advogado - defensor e promotor - de uma pauta na redação, para muito além dos clássicos critérios de objetividade ou definição do modelo de *Jornalismo Informativo* e *Jornalismo Investigativo*.

Em termos de *News Honors*, lembremos também das *rotinas cognitivas*, onde a racionalidade, a consciência e a mentalidade do jornalista são alvos das organizações, principalmente a partir de cartilhas (que funcionariam como manuais de redação extra-organizacionais, baseados em como a fonte e pauta quer ser tratada, e não em como a Fábrica de Notícias diz que cada repórter deve se portar). Cada vez mais, os cursos e workshops para direcionar o tratamento jornalístico da pauta são ofertados nas premiações, o que é entendido como uma ação de acesso à *cultura profissional* e à rotina cognitiva. Um bom exemplo é o prêmio *Itaú de Finanças Sustentáveis*, que é ranqueado como um dos que mais investe em dinheiro. Também oferta aos premiados workshops, participação em eventos de sustentabilidade (como o Rio+20 e a Conferência Nacional do *Instituto Ethos*), visita ao complexo do alemão e às dependências da UFRJ, divulgação da matéria premiada no site do *Instituto Ethos*, Ipad 2 como ferramenta de trabalho, passagens, hospedagem, locomoção e alimentação.

Outro aspecto em *News Honors* é a ação das organizações em relação à academia e aos centros de formação. O *Concurso Tim Lopes de Jornalismo Investigativo*, da *ANDI Comunicação e Direitos*, oferece uma bolsa subsídio para a produção de um TCC de até 10.500 reais. O *Prêmio Jovem Fernando Pacheco Jordão*, da *Fundação Vladimir Herzog* também. Um motivo nobre em prêmios estudantis é o financiamento, mas a mesma estratégia organizacional aplicada ao mundo profissional pode soar como matéria paga

(crítica frequente). As premiações exclusivas para este público são: *Prêmio CNN de Jornalismo Universitário*, *Prêmio Telefônica Vivo de Jornalismo Universitário*, *Prêmio AGSEP de Jornalismo Universitário*, *Prêmio de Jornalismo Universitário* (da *Escola Superior do Ministério Público da União - ESMPU*).

O estudante é figura importante na doutrinação dos *definidores primários* nessa cultura premiativa dos *News Honors*, e há também a questão da expansão do curso corporativo; se antes apenas o curso corporativo do *Segundo Setor* (Curso Abril de Jornalismo) era interesse dos estudantes, hoje muita oferta de cursos vem do *Terceiro Setor*. Há um caso curioso de universitários que nem precisaram sair do campus para fazer estes cursos, como aconteceu na UnB em 2010. Para muito além das antigas palestras nas universidades com profissionais de carreira destacada, que costumavam falar sobre suas experiências de mercado e suas técnicas, há eventos com profissionais que contam suas histórias de engajamento com temas sociais. A *Caravana Jornalista Amigo da Criança*, evento itinerante que passou pela UnB, PUC/PR, UNESA/RJ, UFAM, além de faculdades de Natal, Goiânia, Belo Horizonte, Campo Grande, Aracaju, Curitiba e Manaus (DIAS, 2013, p. 122-125, 213).

O curso *InFormação*, da ANDI, chegou a ter uma disciplina de crédito optativo na grade da ECO/UFRJ, que se chamava *Jornalismo de Políticas Públicas Sociais*. A mesma disciplina também teve espaço no quadro da ECA/USP, exatamente com o mesmo nome. Nos planos de ensino eram abordadas questões organizacionais de como cobrir a pauta e engajar-se politicamente nos temas em apreço (DIAS, 2013, p. 124). O programa *InFormação*, da Andi, já chegou a conceder 44 bolsas para ajudar alunos a produzir monografias sobre temas de cobertura da criança e do adolescente. Mais de 120 TCCs, em 31 universidades e 14 estados brasileiros, chegaram a se inscrever na seleção de bolsas 2007.

Os sindicatos profissionais, além de comporem júris de premiações, conferindo credibilidade à avaliação dos pares, também passaram a editar premiações em apoio a numerosas entidades. Um exemplo é a *Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial* (COJIRA), que tem representação em vários estados (Distrito Federal, Alagoas, Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia), apoio da *Wapi Brasil* e do *Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades* (CEERT).

Apesar de os premiadores tentarem acessar a *cultura profissional* e a *rotina cognitiva por meio dos prêmios*, na amostra, não foi detectada premiação que versasse sobre melhorias do meio jornalístico ou da Comunicação Social, como a *Expansão e Consolidação das Mídias Públicas* (educativa, legislativa, universitária e comunitária) (1), *Democratização da Comunicação* (2), *Democratização do Jornalismo* (3), a *Regionalização da produção jornalística* (4) *Concentração de Mídia* (5), a questão do diploma na *Regulamentação Profissional* (6), o *Direito Autoral e Reprodutibilidade do Trabalho Jornalístico* (7) e a *Precarização dos sistemas e condições de trabalho* (8) (DIAS, 2013, p. 191). Esses temas são legitimamente pertinentes à carreira jornalística, e não somente aos direitos humanos (mulher, infância, raça, minorias). Há uma forte inclinação dos jornalistas à defesa e promoção de direitos relativos às pautas que cobrem, mas não, necessariamente, de valores da carreira jornalística ou do ambiente da Comunicação Social. O foco é em direitos humanos em vez de em direitos trabalhistas, que concernem à própria carreira (Id.).

É interessante notar que os temas de direito do trabalho passam a dividir espaço com os de direitos humanos nas entidades sindicais, ao menos nos sindicatos profissionais como 1) o *Núcleo de Comunicadores Afro-brasileiros do Rio Grande do Sul* do *Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado do Rio Grande do Sul*, 2) a *Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo* (Cojira/SP) e a 3) *Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro* (Cojira/RJ). Esses núcleos e comissões costumam incluir seus temas nos congressos sindicais, como foi o caso do *XXXI Congresso Nacional de Jornalistas*, em João Pessoa. Mesmo as melhorias das condições de carreira passam pela lógica de direitos humanos e minorias (DIAS, 2013, p. 126).

Percebe-se que os temas advogados pelos jornalistas repetem os valores das fontes (premiadores), endossando a questão dos *definidores primários*. Logo, defendem e promovem quase que um *script* organizacional sobre meio ambiente, sustentabilidade, educação, código de defesa do consumidor, combate ao crime organizado, saúde, idosos, infância e adolescência, portadores de necessidades especiais, igualdade racial. E, não necessariamente, temas de carreira jornalística ou do ambiente da Comunicação Social. Esse é um mote no qual podemos, por exemplo, unir os *News Honors* à questão dos estudos de *Sociologia das Profissões*.

Agora, é apenas uma influência. O jornalista pode, inclusive, ter engajamento apenas com base em fins de proeminência e prestígio no mercado. Em *News Honors*, os papá-prêmios (SCARDOELLI, 2016) podem ser discutidos por esse viés de quando cumprem (ou não) as diretivas organizacionais dos premiadores (*definidores primários*), ora vocacionados, ora utilitaristas quanto a isso. Christofolletti (2008, p. 112), inclusive, fala, em termos éticos, dos jornalistas que fazem coberturas apenas para ganhar prêmios: “é certo fazer reportagens sobre determinados assuntos apenas para disputar prêmios de jornalismo?”.

Os *definidores primários* são fontes autorizadas que subordinam a notícia a seu discurso organizacional, e os prêmios levam os repórteres (*news assemblers*) à subordinação e à competição para ter a fala mais parecida e autorizada, segundo os critérios de regulação e editais do premiador (*News Promoters*). A visão clássica em Molotch e Lester (1974) é a separação entre redações e assessorias, mas, nesta releitura, pergunta-se: e quando os prêmios buscam engajamento, até que ponto os jornalistas se deixam levar por cartilhas, cursos, premiações, homenagens, ferramentas, banco de pautas, banco de fontes, sugestões de pautas? E até que ponto eles próprios não são promotores desses valores dentro das redações? Um jornalista premiado que influencie a sua redação para adotar o politicamente correto da pauta da infância e adolescência, por exemplo, não é apenas um mero reportador de fatos (*News Assemblers*), mas também um promotor de uma visão de mundo (*News Promoters*) atuando na defesa e na promoção dos direitos da criança e do adolescente (DIAS, 2008). Um advogado social daquela pauta: *advocacy*<sup>5</sup>. E não mero divulgador de fatos (Id.).

## OS MECANISMOS (PRÊMIOS) E OS SUJEITOS (PREMIADORES E PREMIADOS)

Na classificação de Molotch e Lester (*News Promoters*, *News Assemblers* e *News Consumers*) é possível enquadrar os assessores de imprensa, os repórteres das redações e o público leitor como atores da construção social da notícia. Se tomarmos tanto os prêmios quanto os premiadores e as próprias premiações como anteriores à linha de montagem da notícia (nas três instâncias da classificação), mas atuantes nelas, no que Traquina (1993) considera serem os *limites cognitivos* e Jorge Pedro Sousa (2003) as *rotinas cognitivas*, não poderíamos enquadrá-los nesta classificação com o status de *News Honors*? Os premiadores não são atores que influem no *processo de produção da notícia*

por meio dos prêmios (dispositivos), prescrevendo um padrão de jornalismo, mas de forma anterior ou acessória aos promotores e aos divulgadores da notícia? E não necessariamente são os assessores (promotores das notícias) e nem os *definidores primários* (HALL et al, 1993), por não quererem definir exatamente a pauta em si, mas influenciar a cosmovisão dos jornalistas.

Stocking e Gross (1989) provaram que os jornalistas fazem uso adaptado de *rotinas cognitivas* que lhes são familiares para organizar as informações e produzir sentido e tendem a procurar e selecionar informações que confirmam as suas convicções, ideia também validada por Sousa (2003, p. 27). Os *rituais estratégicos*, de Tuchman (1993), são procedimentos ritualísticos oriundos dessas rotinas confinadas em *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993, p. 75). Em vista disso, cita-se que os *ethos* prescritos pelos prêmios seriam como “rotinas confinadas nos limites cognitivos da racionalidade” (Id.) incorporados nas redações pelo ritual do trabalho jornalístico e pela incorporação da *cultura profissional* (SOLOSKI, 1993, p. 93).

A classificação de Molotch e Lester (1993) trata de ações diretas entre assessores (*News Promoters*), repórteres (*News Assemblers*) e leitores (*News Consumers*) na cadeia produtiva da notícia. Entretanto, essas posições não são estanques. Essa classificação, de origem anglo-saxã, comentada nos autores portugueses (TRAQUINA, 1993; SOUSA, 2003), não contempla atores que atuam para muito além da jornada de trabalho ou mesmo do espaço da *Fábrica de Notícias*.

Trazemos a discussão para o aspecto difuso da *cultura profissional*, para muito além dos constrangimentos organizacionais e da prescrição de *ethos* organizacional por meio de manuais de redação, linha editorial e valores socializados nas redações, a fim de ir além das paredes das redações e circular pelo universo jornalístico.

Os *News Honors* são um complexo de atores formado por: premiadores (*definidores primários*); premiados (*News Assemblers*: vencedores de premiações); premiáveis (*News Assemblers* não vencedores, mas também não perdedores, que são a menção honrosa, a prática fora do pódio, mas também autorizada e digna de ser seguida); e normatividade (prescrição de *ethos* a um agente autorizado). Essas estratégias organizacionais dos *definidores primários* influenciam *Noticiabilidade* e *Valores-Notícia*, assim como as bases cognitivas, ou seja, a mentalidade dos jornalistas. Neste sentido, o campo de

batalha não é apenas a Fábrica de Notícias, como visto na classificação de Molotch e Lester (1993), mas também a mente e cosmovisão dos jornalistas nas *rotinas cognitivas*.

A condicionante dos prêmios, no tocante aos *limites cognitivos e rotinas cognitivas* dos jornalistas, está centrada na normatividade compartilhada entre os premiadores e jornalistas premiados. Há aí um contrato extraorganizacional de cooperação ou de reconhecimento de um par (ou até parceiro). Esse contexto não era estudado antes em relação aos prêmios. A nomeação de um ator nessa sistemática, *News Honors*, é o objetivo da definição operacional. O contrato entre pares do jornalismo apontava para a *cultura profissional*, para fora da redação, mas não falava em que sentido era construído esse acordo entre as partes. Fala-se aqui em *News Honors* nomeando essa relação indireta da cultura premiativa como influência na *cultura profissional* jornalística.

## O LUGAR DOS NEWS HONORS NA CULTURA PROFISSIONAL

Para Sousa (1999), há uma tradição de pesquisas que mostram a importância da dimensão cognitiva e visão do mundo em relação aos jornalistas. As notícias seriam produtos das organizações jornalísticas com valores socializados neste ambiente por seus membros, passíveis de influência pessoal, social e cultural. O autor cita alguns dados de etnografia e de antropologia (ideia de sistema cultural) como conjunto de categorias cognitivas através do qual uma comunidade vê o mundo.

Sousa (1999) entende que o ser humano só processa uma pequena quantidade de informação a cada momento, de modo que os jornalistas, sob a pressão do tempo, farão um uso adaptado de rotinas cognitivas que lhes sejam familiares para organizar as informações e produzir sentido. Por outro lado, tenderão também a procurar e selecionar informações que confirmem as suas convicções. Para o autor, pesquisas no campo da *Psicologia Cognitiva* mostraram que, em condições relativas à informação, as pessoas (e os jornalistas) recorrem a formas estereotipadas de pensamento e que, quando fazem inferências, as pessoas baseiam-se mais em episódios de sua cosmovisão do que em dados sistemáticos, tais como os dados estatísticos.

Sousa (1999) vai mais longe e atenta para o fato, de caráter problemático, do jornalismo enquanto profissão ao comentar Soloski (1993, p. 93) quando sugere que uma “ideologia do profissionalismo” nasceria devido à hipotética necessidade de que, uma profissão, para existir, teria que controlar a sua base cognitiva. Isto implicaria na satisfação de

duas condições: a existência de um conjunto de conhecimentos suficientemente estáveis relativos à tarefa profissional ministrado a todos os profissionais e a aceitação por parte do público dos profissionais como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços jornalísticos.

Perceba que esses preceitos do *profissionalismo* são promovidos pelas premiações a partir de 1) modelos jornalísticos e 2) da prescrição de prática e de saber exemplar. Este controle da base cognitiva seria o lócus por excelência da normatividade dos prêmios a ser compartilhado na *cultura profissional* pelos premiadores, premiados e, inclusive, pelos premiáveis (menção honrosa). Funcionaria diretamente neste esquema a menção honrosa, com a valorização de um padrão exemplar a ser dito, mostrado e compartilhado, para além dos vencedores dentro de uma concorrência por uma recompensa (em dinheiro ou simbólica). Ainda participaria desse contexto a composição dos júris, com o intuito da avaliação e seleção entre pares, com jornalistas proeminentes do mercado, longevos na carreira ou de saber técnico evidente, ou seja, a elite da profissão. Sem falar na recente emergência dos jornalistas com notório saber, experiência e histórico de vida acadêmica, também participantes desses júris das premiações. O apoio de sindicatos e associações patronais e profissionais também se insere nessa chancela entre pares.

A própria organização da informação jornalística obedece a uma condição de cognição e conhecimento, vide as matérias por seções previamente estabelecidas, como internacional, política, esporte (HALL et al, 1993, p. 224). Nesse sentido, o saber jornalístico está codificado nos preceitos intraorganizacionais (*manuals de redação e estilo, linha editorial*), mas, de modo difuso, também em contextos extraorganizacionais, pulverizado na amplitude do termo *cultura profissional*, muito utilizado para apontar um lócus, e não para nominar os elementos compartilhados nesse contexto, como os prêmios. É desta forma que os *News Honors* são identificados como uma cultura premiativa do *definidor primário* dentro da *cultura profissional*.

Trata-se de uma perspectiva interpretativa, a partir de uma definição operacional resultado de um trabalho empírico. Identificar e tratar os *News Honors* como um elemento na *Teoria da Notícia* pode ajudar os estudos de jornalismo a recepcionarem avanços científicos em pesquisas de outras áreas. É uma realidade, por exemplo, do ponto de vista da SBPJor. Hoje, nos estudos de *Teoria da Notícia*, encontramos muitos estudos sobre a *cultura profissional*. No entanto, ao se falar em aspectos cognitivos de controle e de influência do trabalho nas organizações, é possível apontar para diversas pesquisas na área

de Comunicação Organizacional, Administração, Ciência da Informação e de Psicologia Social do Trabalho e das Organizações (PSTO) que já investigam elementos desse contexto. Um bom exemplo seria o próprio conceito de *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993), que se relaciona diretamente com a *rotina cognitiva* (SOUSA, 2003). Os limites cognitivos são um desdobramento, em Jornalismo, do estudo clássico de Herbert Simon (1970) sobre racionalidade administrativa, em que o indivíduo decide fazer uso de dada informação com base na disponibilidade dessa informação, na limitação de seu próprio repertório individual e de sua cosmovisão, além do tempo disponível para tomar essa decisão racional sobre a escolha ideal. Vale lembrar que esses aspectos se relacionam, inclusive, com as seguintes dimensões em *Newsmaking*: controle do trabalho (BREED, 1993), rotinas produtivas (TUCHMAN, 1993), cosmovisão e influência do repertório individual de cada jornalista como filtro na seleção de notícias (LEWIN, 1993), sofrimento com a pressão do tempo (SCHLESINGER, 1993), preeminência e tendência de ser publicada a versão dos *definidores primários* (HALL et al, 1993), relacionamento entre fontes e os jornalistas que se dá nas negociações discursivas, ideológicas e cognitivas de demarcar um ponto de vista e enquadramento em dada pauta (MOLOTCH; LESTER, 1993). A própria ideia de racionalidade e a adoção dos critérios de objetividade são presentes no que tange ao *profissionalismo* jornalístico (SOLOSKI, 1993).

Sobre a questão em Molotch e Lester (1993, p. 43) de que a construção do acontecimento como notícia dependeria, também, do acesso que os promotores têm aos meios noticiosos, estes autores nomeiam três tipos de acessibilidade: 1) promotores dos acontecimentos têm acesso habitual aos news assemblers; 2) promotores do acontecimento com eventos procuram perturbar o acesso de rotina dos outros aos news assemblers com o intuito de criarem acontecimentos próprios; 3) acesso conseguido pelo fato de os promotores e os news assemblers serem os mesmos.

Quando os prêmios buscam engajamento, eles estão exatamente trabalhando neste último acesso, tornando os *assemblers* e *promoters* em uma mesma pessoa, ainda mais em uma *cultura profissional* na qual é importante o cultivo de fontes, e, também, se distanciando da noção de que tudo começa com os *definidores primários* sendo os *promotores da notícia*, pois os *consumers* também podem editar prêmios para os jornalistas.

O acesso direto é reservado aos próprios jornalistas, pois eles têm poder de interferir na notícia dentro da *Fábrica de Notícias*, o que seria em Molotch e Lester. “O acesso

habitual é uma das importantes fontes e sustentáculos das relações existentes de poder” (TRAQUINA, 1993, p. 44). Vemos este contexto não pela lógica de perturbação com releases e material do *Jornalismo Informativo*, mas de estabelecimento de uma ligação de dada organização a um prêmio e seu sistema cognitivo. Trata-se de um acesso direto no tocante ao assembler e o promotor serem a mesma pessoa (engajamento), mas ainda há o acesso indireto estabelecido pela cognição: *saber* (cognição, normatividade dos prêmios).

Traquina (2001) entende que, para os teóricos interacionistas, o acesso dos promotores aos meios de comunicação configuraria um contexto de economia política da sociedade, o que incorreria em uma das questões do *Terceiro Setor* tratadas neste artigo, a julgar pelo fato de que “os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em ver os seus acontecimentos transformados em notícia. Se pretendem jogar no tabuleiro do xadrez jornalístico, precisam ajustar o seu modo de interação organizacional aos modos das organizações estabelecidas” (TRAQUINA, 2001, p. 112), pela tribo dos profissionais da notícia. É interessante Traquina tocar neste assunto, pois ele desenvolve a questão dos poucos recursos de algumas organizações, da opção por galardões simbólicos como recompensas e honrarias menos dispendiosas para as organizações e do valor em status (e não monetário), prática comum atualmente.

## **TRAQUINA É ASSERTIVO SOBRE A QUESTÃO DA TRIBO JORNALÍSTICA E SUA COSMOVISÃO:**

à sua maneira de viver o tempo ilustra um dos elementos mais distintivos da comunidade jornalística. Outra expressão crucial da cultura jornalística é a sua maneira própria de ver o mundo. Devido ao papel dos valores-notícia, isto é, os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção das notícias, gera-se um *group think*, a partilha de hábitos mentais que criam fenômenos bem documentados de jornalismo de matilha (*pack journalism*). A existência de um modo de ver (a estética jornalística) e de um modo de falar (o jornalês) e de um modo de agir (a epistemologia jornalística) estabelece um elo de ligação bastante forte entre os membros da tribo jornalística (TRAQUINA, 2001, p. 121).

Sousa (2002) chama o universo da *cultura profissional* e extraorganizacional de fatores “ecossistemáticos” (SOUSA, 2002, p. 40) que levam os jornalistas, submetidos à pressão do tempo e a uma quantidade enorme de informações, a construir *rotinas cognitivas*

para organizá-las. Assim, para o autor, ao adotar formas rotinizadas e estereotipadas de pensamento, o jornalista tende a fabricar informação padronizada e a “selecionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos” (SOUSA, 2002, p. 40). Ele conclui que, embora mescladas a outras forças, as notícias sempre têm algo da ação pessoal de quem as produz.

A questão da cognição é tão importante, como medida para ganhar tempo nas redações e promover a formatação do texto noticioso e sua inteligibilidade, que Traquina (1993) trabalha a questão dos *limites cognitivos* em relação aos jornalistas diante do excesso de acontecimentos, quando as redações de grande porte recebem diariamente material suficiente para fechar diversas edições ao longo da semana e não um montante para apenas um dia. O autor fala dos *limites cognitivos* em vista dos critérios dos jornalistas na avaliação das fontes, além da dependência dos profissionais a esses fornecedores de matéria-prima. Metaforicamente, é possível entender, dentro da *Fábrica de Notícias*, a manufatura da notícia como dependente de matéria-prima pré-trabalhada pelos fornecedores, canais de rotina. Neste sentido, Traquina (1993) desenvolve a ideia de que o próprio saber profissional está vinculado também à capacidade de conhecer formas rotineiras de processar diferentes tipos de informação e adequá-los a determinados padrões cognitivos. Nesse sentido, podemos fazer referência ao uso de exemplos didáticos e comparativos no Jornalismo, tais como: 1) a cratera era do tamanho de 7 campos de futebol, 2) o dinheiro desperdiçado equivale a 300 carros populares, 3) o vilão da cesta básica em relação à inflação do mês é o tomate, 4) o dinheiro apreendido equivale a 200 salários mínimos, 5) crise do apagão dos aeroportos, 6) índices reajustados pelo leão da inflação.

As fontes também são poder para Traquina (1993) e *poder* no âmbito da pesquisa e agem de forma indireta com dispositivos diluídos no que se convencionou chamar de *cultura profissional*. Esses organismos não relatados nas instâncias de produção de Molotch e Lester (*News Promoters, News Assemblers e News Consumers*), com relação a prêmios, são o que chamamos de *News Honors*. Podem existir outros pesquisadores que, no arcabouço teórico da Comunicação brasileira, proponham outras nomenclaturas para outros elementos e sistemas. Entretanto, por ora, não como teoria ou negativa à Molotch e Lester (1993), mas como adendo que amplia essa noção, propõe-se, neste artigo, os *News Honors* (premiadores, premiados, prêmios, premiáveis e a normatividade) como um lócus anterior ao *processo de produção da notícia* situado na *cultura profissional* (SCHUDSON,

1993), como agente extraorganizacional incidindo como normatividade sobre as *rotinas cognitivas* (SOUSA, 2003) e *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993) das *rotinas produtivas* (TUCHMAN, 1993), na cadeia produtiva (MOLOTCH e LESTER, 1993), baseada no *profissionalismo* (SOLOSKI, 1993) e na questão do *tempo* (SCHLESINGER, 1993).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tese é uma pesquisa amostral, limitada ao seu caso e não generalizável. Foi feita em um universo de 114 prêmios, 43 regulamentos de 2010 ou 2011, 43 assessorias de imprensa, 25 empresas terceirizadas gestoras de prêmios, 3 configurações institucionais (*Primeiro Setor*, *Segundo Setor* e *Terceiro Setor*), 2 eixos temáticos (pós-objetividade e pós-sujeito), 4 modelos jornalísticos (*Jornalismo Informativo*, *Jornalismo Investigativo*, *Jornalismo Institucional* e *Jornalismo Público*), 3 modelos jornalísticos adjacentes (*Jornalismo Econômico*, *Jornalismo Corporativo* e *Mídia das Fontes*), 2 padrões de perspectivas teóricas (*midia centrado* e *sociocêntrico*), 30 categorias de análise, atravessados por prêmios existentes em 5 décadas e quase 60 anos de história. Este artigo pode ser visto como uma forma propícia de chamamento da comunidade acadêmica para a discussão sobre este olhar sobre o que chamamos de *News Honors*, nessa definição operacional. Tanto que, a abordagem deste é interpretativa e não almeja postular uma teorização formal de um conceito.

Recentemente, o *Ranking Jornalistas&Cia*, do *Centro de Memória dos Prêmios de Jornalismo do Brasil*, tem trabalhado muito com memória, registro e arquivo dos prêmios. Por enquanto, trabalhou-se aqui com um projeto de pesquisa e com um grupo de pesquisa sobre o tema. Mas o foco é nos prêmios, a partir das organizações. Saiu-se um pouco do domínio da SBPJor (foco certo em *Teoria da Notícia*, em alguns PPGs e IES) para o domínio da Abrapcorp (públicos, estratégias organizacionais), afim de tentar desvendar mais nuances sobre as premiações, epistemologicamente, em outro lugar de fala, de visão e de investigação.

Vale lembrar que as áreas de Comunicação Organizacional, Administração, Ciência da Informação e de Psicologia Social do Trabalho e das Organizações (PSTO) se ocupam muito de estudos cognitivos sobre a Cultura Organizacional. Inclusive, editando trabalhos sobre redações jornalísticas. Essa produção pode ter pontos de contato com os apontamentos de *rotinas cognitivas* (SOUSA, 2003), principalmente no tocante ao controle social do indivíduo. A Administração, por exemplo, ocupa-se muito do processo

de tomada de decisão, fenômeno no qual o indivíduo recorre à sua consciência e age de acordo com a sua cosmovisão, orientando-se nas possibilidades dadas pela realidade social. Esse repertório de possibilidades entre a estrutura organizacional, a cultura e o indivíduo é base de estudos clássicos como o de Simon (1970), que traz a questão da racionalidade limitada. Existem procedimentos que automatizam as rotinas produtivas (TUCHMANN, 1993) e colocam o cotidiano do jornalista sempre em um rol de decisões programadas, geralmente, de rotinas mais frequentes, de menor risco e que acabam sendo automatizadas no comportamento do indivíduo. Entretanto, fatores como informações disponíveis, tempo e interações com outras pessoas podem influenciar a tomada de decisão levando-as para um quadro complexo de alternativas possíveis e não programadas. Os *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993), tratados na *Teoria da Notícia*, dizem um pouco a respeito desse constructo sobre o processo decisório nas organizações, a julgar pela adoção (ou não) dos critérios de objetividade jornalística.

A questão da adoção (ou não) dos critérios de objetividade é baseada na tensão entre informação das redações e das assessorias *Jornalismo Investigativo* (denúncia) e *Jornalismo Institucional* (promoção). É um tipo de racionalidade. Veja pela questão dos critérios imparcialidade, isenção e objetividade. Os três elementos racionalizam o discurso jornalístico. Este paradigma está muito relacionado a premiações nas quais certifica as matérias jornalísticas que dão voz a pautas segundo os critérios que os *definidores primários* elencam. Aqui, os *definidores primários* sendo entendidos como as organizações premiadoras. Logicamente, os premiadores vão nomear como vozes credenciadas os jornalistas em maior conformidade com o que as organizações premiadoras querem ver e ouvir em dada matéria jornalística.

Entretanto, a racionalidade não acontece apenas em relação à despersonalização do sujeito jornalístico, segundo a adoção dos critérios de objetividade: imparcialidade, isenção e objetividade. Há também um outro eixo racionalizante que enfatiza exatamente o oposto: sujeito atuante, o jornalista que intervém (ou não) na realidade.

A tensão do jornalista interventor (ou não) na realidade ocorre entre os modelos de *Jornalismo Informativo* (isenção, imparcialidade, impessoalidade) e de *Jornalismo Público* (*advocacy*, engajamento e mobilização social). É neste último modelo que há personalização dos parceiros de dada organização premiadora, quando acontece a edição de prêmios para profissionais e para empresas, com base principalmente na responsabilidade social. Neste sentido, há um chamamento e uma racionalização da ação

jornalística para a tomada de decisão que favoreça o social, o cívico. Além de certificar uma voz jornalística como autorizada a falar sobre dada pauta, há a convocação de quem fala para entrar neste universo dos *definidores primários*, das organizações que tentam influenciar as *rotinas produtivas* (TUCHMAN, 1993) a partir de *rotinas cognitivas* (SOUSA, 2003), da doutrinação com uma visão específica de mundo. Essa especialização do olhar e da voz credenciada é realizada através de cursos para jornalistas, cartilhas, ciclos de treinamento, fornecimento de banco de pautas, banco de fontes, ferramentas de pesquisa e de apuração jornalística, credenciamento em eventos especializados, entre outros.

É nesse sentido que talvez seja possível o ponto de contato entre o estudo de fenômenos cognitivos que ocorrem na Cultura Organizacional e na *cultura profissional* e que podem interessar tanto a pesquisadores da SBPJor quanto da ABRAPCORP. Isso, de imediato, ao considerar a área de Comunicação e a questão das *rotinas produtivas* (TUCHMANN, 1993) e *cognitivas* (SOUSA, 2003), contextualizando as relações entre repórteres e assessores, e também lembrando das questões relativas aos *limites cognitivos* (TRAQUINA, 1993), com tópicos presentes nas áreas de Administração, Ciência da Informação e de Psicologia Social do Trabalho e das Organizações (PSTO).

A pesquisa reforça a *Teoria da Notícia* na questão dos *definidores primários*, não no noticiário e no *processo de produção da notícia* apenas, mas na via indireta da *cultura profissional* operada pelos prêmios. A classificação *News Honors* não repete Molotch e Lester, chamando “seis” de “meia”, pois esses agentes indiretos não constavam da classificação dos autores, baseada em *processo de produção da notícia* (1), *rotinas produtivas* (2) e *relacionamento com jornalistas* (via direta) (3). Sendo que, na contribuição teórica desta pesquisa, aponta-se para *cultura profissional* (1), *rotinas produtivas* (2) e *relacionamento com jornalistas* (via indireta) (3). Não se deve esquecer que, hoje, até os sindicatos patronais e profissionais são premiadores. Muito diferente do senso comum que costuma apontar para a realidade atual todo o contexto do *Prêmio Esso*, nos anos 1950, ou até os posicionamentos de *News Promoters*, *News Assemblers* e *News Consumers*, de Molotch e Lester, nos anos 1970. Sem falar na recente entrada dos estudantes e dos jornalistas acadêmicos neste cenário e do fato de o o fluxo da notícia não ser mais tão somente o da mídia comercial, mas também o da universitária e organizacional (*Mídia das Fontes*). Outro elemento a ser lembrado é a ascensão do que se convencionou chamar de *Primeiro Setor*, *Segundo Setor* e *Terceiro Setor* e os múltiplos arranjos que eles estabelecem, como o 34º *Prêmio Jornalístico Vladimir*

*Herzog de Anistia e Direitos Humanos* com 11 entidades que integram a comissão julgadora, gestora e realizadora da premiação, somente nesta edição (podendo ser outro arranjo em outra). Talvez, dada essa complexidade, o *Prêmio Esso* deva ter dado a sua primeira interrupção, em 60 anos. Talvez, pelas organizações não precisarem apenas dos jornalistas, publicitários e relações públicas para acessar o Espaço Público e Espaço Midiático, pois com a internet há uma corrida também pelos formadores de opinião neste ambiente (para muito além dos artistas, dos políticos, das pessoas públicas, da radiodifusão, dos meios impressos).

Em Jornalismo, muito se tem falado em modelos jornalísticos, tais como *Jornalismo Informativo*, *Jornalismo Investigativo*, *Jornalismo Esportivo*, *Jornalismo Econômico* e *Jornalismo Científico*, dentre outros. Mas pouco tem sido estudado neste universo, no sentido da *cultura profissional*, em detrimento do *processo de produção da notícia e agendamento* do noticiário. Fora as categorias relativas à cognição, que, apesar de existirem na teoria da notícia (*limites cognitivos* e *rotinas cognitivas*) não são sequer de amplo conhecimento dos pesquisadores. Nesse aspecto, caberia também uma abordagem crítica à questão dos limites da racionalidade, em que o jornalista é visto como se não fosse um ser humano (por trás de um profissional) com paixões, frustrações, emoções e irracionalidades. O que não deixa de ilustrar, também, os *limites cognitivos*.

Finalizando, mais uma vez com inspiração em Serra (2004), em relendo o *gatekeeper*, que este texto possa ser um chamamento a pesquisadores para mais releituras da *cultura profissional* do jornalismo e da *cultura organizacional* da fábrica de notícias (*Newsmaking*) não só pelos prêmios, mas por “n” outras estratégias e formas de influenciar o *processo de produção da notícia* e as *rotinas produtivas e cognitivas*.

## REFERÊNCIAS

BREED, Warren. Controle social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.).

*Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 152-156.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. *Ética no Jornalismo*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008. 128 p.

DIAS, Robson. A influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de Jornalismo: estudo de caso. 2008. 326 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

\_\_\_\_\_. *Prêmios em Jornalismo: paradigmas em transição*. 2013. 263 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2013a.

\_\_\_\_\_. Meritocracia do sujeito: prêmios em Jornalismo pautados pela cidadania como flexibilização da objetividade jornalística. **Revista Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 3, n. 3, p. 414-431, 2013b.

\_\_\_\_\_. Prêmios em Jornalismo: A emergência de um novo ethos profissional. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 16, p. 50-56, 2013c. Disponível em: <<https://goo.gl/so68eJ>>. Acesso em: 6 set. 2017.

\_\_\_\_\_. Honra ao mérito: como a instituição do Prêmio Esso contribuiu para a adoção dos referenciais de objetividade jornalística no Brasil. **Comunicação & Inovação São Caetano do Sul**, v. 15, n. 29, 2014a. Disponível em: <<https://goo.gl/G1VQVp>>. Acesso em: 6 set. 2017.

\_\_\_\_\_. Prêmios em Jornalismo: A cultura meritocrática premiativa dentro da cultural profissional jornalística. **Eptic (UFS)**, Aracajú, v. 16, n. 2, p. 54-68, 2014b.

\_\_\_\_\_. Estado da arte da pesquisa acadêmica sobre prêmios em Jornalismo. **E-Compós**, Brasília, DF, v. 17, n. 3, p. 1-16, 2014c.

HACKETT, Robert. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993, p. 101-132.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. P. 224-248

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias, “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993, p. 34-53.

MORA, Gabriela. **Cidadania em Pauta: O Concurso Tim Lopes de Investigação Jornalística como estratégia de agendamento da violência sexual contra crianças e adolescentes na imprensa brasileira**. 2008. 189 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2008.

MOTTA, Luiz. Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 7, n. 1, 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/8kkEu>>. Acesso em: 6 set. 2017.

SCARDOELLI, Anderson. Programa “papa-prêmios”, “Repórter Record Investigação” é extinto da TV. **Comunique-se**, São Paulo, 4 jul. 2016.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. P. 177-190

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. P. 278-293

SERRA, Sonia. Relendo o “gatekeeper”: notas sobre condicionantes do jornalismo. *Contemporânea*, Salvador, v. 2, n. 1, p. 93-113, 2004.

SIMON, Herbert. **Comportamento administrativo**: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: FGV, 1970.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. P. 91-100

SOUSA, Jorge Pedro. As notícias e os seus efeitos: as teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 1999.

\_\_\_\_\_. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

\_\_\_\_\_. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2003.

STOCKING, S. Holly; GROSS, Paget. **How do journalists think**: a proposal for the study of cognitive bias in newsmaking. Bloomington: ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills, 1989.

STRELOW, Aline. O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil (2000-2010). *Intexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 25, p. 67-90, 2011.

THEOPHILO, Carlos; MARTINS, Gilberto. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias, “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson (org). **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2001.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993, p. 74-90.

WHITE, David. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993, p. 142-151.

## NOTAS

- 1 A revisão e problematização apresentada no artigo são constituintes da tese Prêmios em Jornalismo: paradigmas em transição. Na pesquisa, investigou-se 114 prêmios na *cultura profissional* do Jornalismo e mapeou-se este universo em 30 categorias, propondo teoricamente a figura dos *News Honors*, um lócus não visto ainda na *Teoria da Notícia* onde se enquadram os agentes que promovem indiretamente a normatização das rotinas produtivas por meio dos prêmios, no tocante aos limites cognitivos de Traquina (1993) e às rotinas cognitivas de Sousa (2003), somando este novo dispositivo ao *processo de produção da notícia*, classificados em Molotch e Lester (1974) como *News Promoters*, *News Assemblers* e *News Consumers*. O autor recebeu bolsa de pesquisa em doutorado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

- 2 Fora do escopo: não se trata de uma nova teoria, com a sistemática de um aparelho teórico com a capacidade de prever o que vai acontecer em dado fenômeno. A teoria tem uma grande amplitude e reserva a si não apenas uma aplicação (como foi o caso da tese). A teoria prescinde todo um trabalho de avanços e aplicações em projetos de pesquisa, grupos de pesquisa, publicações, compartilhamento entre pares (congressos). Sabemos deste percurso e da proposição de pesquisadores mais experientes com a sua obra.
- 3 Cartilhas de redação, banco de fontes, banco de pautas, newsletters, cursos de capacitação, credenciais de acesso a eventos especializados, clipping sobre como os concorrentes dão a matéria, livros sobre dada pauta específica e sua historicidade na mídia e ferramentas de trabalho (DIAS, 2013, p. 21).
- 4 Prêmio Esso (1); Prêmio José Chalub Leite (2); Prêmio Abracopel (3); Prêmio Internet Segura (4); Prêmio Ocepar (5); Prêmio Andifes (6); Prêmio FEAC (7); Prêmio Imprensa Embratel (8); Prêmio AGERGS/ Banrisul (9); Prêmio CNH de Jornalismo Econômico (10); Prêmio BNB (11); Prêmio AMB (12); Prêmio Capixaba (13); Prêmio Sebrae (14); Prêmio ABCR (15); Prêmio Bovespa (16); Prêmio CNT (17); Prêmio Abecip (18); Prêmio ALLIANZ (19); Prêmio New Holland de Fotojornalismo (20); Prêmio José Reis de Divulgação em CT (21); Prêmio Gandhi de Comunicação (22); Prêmio ANATEC (23); Prêmio Troféu Mulher Imprensa (24); Prêmio CBN de Jornalismo Comunitário (25); Prêmio Comunique-se (26); Prêmio Itaú de Finanças Sustentáveis (27); Prêmio Jornalista Abdias Nascimento (28); Prêmio Automação (29); Prêmio Estácio (30); Prêmio Aberje (31); Prêmio João Valiante / ABAL (32); Prêmio ANA (33); Prêmio Abramge (34); Prêmio Jornalista Amigo da Criança (35); Concurso Tim Lopes Jornalismo Investigativo (36); Prêmio Vladimir Herzog Anistia/DH (37); Prêmio Jovem Fernando Pacheco Jordão (38); Troféu Dom Helder Câmara (38); Troféu Clara de Assis (40); Microfone de Prata (41); Prêmio Engenho de Comunicação (42); e Prêmio CNPG (43), Prêmio SAE BRASIL (44), Prêmio Mongeral (45), Prêmio Vega Ambiental (46), Prêmio Caixa/Unochapecó (47), Prêmio CONASS (48), Prêmio IGE (49), Prêmio DH de Jornalismo MJDH e OAB/RS (50), Prêmio Santos Dumond (51), Prêmio Ethos (52), Prêmio Confea (53), Prêmio Jornalismo Interesse público (54), Prêmio Ayrton Senna (55), Prêmio Caixa (56), Prêmio Unisys (57), Prêmio Abril (58), Prêmio Diversidade da Mata Atlântica (59), Prêmio INCA (60), Prêmio ABP (61), Prêmio Assespro (62), Prêmio América Latina e Desenvolvimento (63), Prêmio RPC de criação no Twitter (64), Prêmio Roquete Pinto (65), Prêmio Brasília de Literatura (66), Prêmio Direitos Humanos e Integração (67), Prêmio Jornalismo Cooperativista (68), Prêmio Jornalismo Dom Pedro Casaldáliga (69), Prêmio Telefônica Vivo de Jornalismo Universitário (70), Prêmio SINDHRio de Jornalismo & Saúde (71), Prêmio TOP ETANOL de Jornalismo (72), Prêmio Fenabreve-SC de Jornalismo (73), Prêmio ABRELPE de Reportagem (74), Prêmio Prêmio ABRAF de Jornalismo (75), Prêmio Ministério Público do Estado do Acre (76), Prêmio Jornalista Amigo da Diversidade (77), Prêmio Jornalista Amigo da Melhor Idade (78), Prêmio Jornalista Amigo da Dança (79), Prêmio Fraternal Vieira (80), Prêmio Amigo do Peito (RR) (81), Prêmio Andef Jornalismo (82), Prêmio Jornalismo da CBIC (83), Prêmio Fecomércio de Jornalismo (84), Prêmio Braskem de Jornalismo (85), Prêmio Rei da Espanha (86), Prêmio Jornalismo Unimed SC (87), Prêmio Detran de Jornalismo (88), Prêmio Longevidade de Jornalismo (89), Prêmio Banco Real Talentos da Maturidade (90), Prêmio Santander Jovem Jornalista (91), Prêmio Congresso em Foco (92), Prêmio Setcergs (93), Prêmio TCU (94), Prêmio Abraciclo (95), Prêmio Senai de Reportagem (96), Prêmio Intercom (97), Prêmio Personalidade da Comunicação (98), Prêmio Corecon-RJ (99), Prêmio Embrapa de Reportagem (100), Prêmio Castello Branco de Reportagem (101), Prêmio Petrobrás (102), Prêmio Nuevo Periodismo Ibero-americano (103), Prêmio APCA (104), Prêmio Ricardo Ortega (105), Prêmio Inclusão Social Eli Lilly do Brasil (106), Troféu Margarida de Prata (107), Prêmio Betinho Imprensa Livre (108), Prêmio Docol/MMA (109), Prêmio Alexandre Adler (110), Prêmio SBIM Imunizações Saúde Infantil (111), Prêmio Orgulho Autista (112), Prêmio Abraz/Janssen-Cilag (113), Prêmio Nuevo Periodismo (114).
- 5 O *lobby* é exercido por um grupo de pressão com vistas a um objetivo corporativo definido, da parte de quem o exerce, como grupo de pressão (finalidades privadas).
- O *advocacy* é exercido por um indivíduo atomizado ou mesmo um grupo de pressão com vistas a um objetivo social amplo. Desta forma, não beneficia apenas o grupo de pressão, mas toda a sociedade.

Artigo recebido em: 29 de setembro de 2016.

Artigo aceito em: 12 de agosto de 2017.