

**O newsmaking em estudos de rotina de produção:
interfaces conceituais e metodológicas para pesquisas em jornalismo**

***The newsmaking in routine production studies:
conceptual and methodological interfaces for journalism research***

Abinoan Santiado dos SANTOS¹
Paula Melani ROCHA²

Resumo

Instigar o próprio campo é um dos papéis do jornalismo na academia. Foi assim que surgiram estudos sobre como ocorre o processo de produção de conteúdo, abordagem chamada de *newsmaking*, que vai além e coloca as notícias como parte da construção da realidade. A partir da hipótese passou-se a compreender as nuances que atravessam as rotinas das redações jornalísticas. Por outro lado, um desafio ainda a ser superado a partir desse tipo de estudo é o aspecto metodológico. Com base em autores que tratam do *newsmaking*, este artigo propõe apontar métodos que permeiam o roteiro para pesquisas de rotinas de produção.

Palavras-chave: Metodologia de pesquisa em jornalismo. *Newsmaking*. Jornalismo.

Abstract

Instigating the field itself is one of the roles of journalism in academia. This is how studies have emerged on how the content production process takes place, an approach called *newsmaking*, which goes beyond and places the news as part of the construction of reality. From the hypothesis, we began to understand the nuances that go through the routines of journalistic writing. On the other hand, a challenge still to be overcome from this type of study is the methodological aspect. Based on authors who deal with *newsmaking*, this article proposes to point out methods that permeate the script for researching production routines.

Palavras-chave: Research methodology in journalism. *Newsmaking*. Journalism.

¹ Mestrando em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
E-mail: abinoansantiago@gmail.com

² Pós-doutora em Jornalismo pela Universidade Fernando Pessoa (PT). Professora do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo e do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: paulamelani@gmail.com

Introdução

O que leva um jornal a publicar uma notícia de determinada maneira? Qual a razão de algumas fontes serem escolhidas? Por que uma informação chamou atenção da mídia em detrimento de outras? Essas perguntas, em tese, rodeiam a mente de quem pratica uma leitura crítica sobre o que é publicado nas mais diversas plataformas noticiosas. Um caminho que pode ser seguido para respondê-las é o próprio aprofundamento da pesquisa no campo jornalístico. Porém, de antemão, é válido suscitar outra questão em âmbito acadêmico: como conseguir essas respostas?

Nesse caso, entra em jogo o *newsmaking*, que se dedica a pesquisar como as rotinas produtivas e organizativas de trabalho influenciam na construção da notícia, conforme sintetiza Peña (2013):

Los estudios de *newsmaking* se ocupan de la manera en la que se desarrolla la actividad periodística, es decir, se encargan de la observación de los procesos rutinarios de producción de la noticia, lo que ofrece una herramienta objetiva para analizar el papel de los emisores y de las fuentes de información durante la construcción de sentidos en el texto periodístico. (PEÑA, 2013, p.65).

Antes de aprofundarmos sobre o *newsmaking* – a fim de contextualizar a proposta deste artigo - é válido ressaltar o desafio que o próprio campo jornalístico enfrenta sobre o aspecto metodológico de pesquisa. Elias Machado (2010) traz essa discussão à tona ao pontuar que a produção de manuais de metodologia na área tem pouco mais de 50 anos, embora existam registros específicos de estudos sobre jornalismo datados desde o século XVII, na Alemanha, com Otto Groth. No Brasil, o pioneiro a criar uma teoria foi Adelmo Genro Filho (1988), que sugere o jornalismo como forma de conhecimento cristalizado no singular.

A problematização sobre metodologias de pesquisas em jornalismo também é debatida por Sérgio Gadini (2005, p. 3), que considerou existir uma “esquizofrenia” como marca da concepção de jornalismo, “que vai desde a sua restrição a procedimentos técnicos de produção e transmissão de informações até (ainda no âmbito desse mesmo olhar restritivo) sua afirmação como uma mera prática

profissional cuja orientação básica residiria na sua compreensão como espelho da realidade”.

As fronteiras do debate no aspecto metodológico vão além por existir uso interdisciplinar de forma demasiada no campo jornalístico, tendo como cientistas sociais, pedagogos e filósofos como principais referências dos estudos em jornalismo, em vez de comunicólogos e jornalistas (GADINI, 2005). Somado a isso, existe no Brasil uma lacuna de tradição científica, provocando com que o ensino básico na área recorra a autores estrangeiros situados em demais campos de conhecimento. “Grande parte do esforço de pesquisa de nossos doutores está em correr atrás do que já foi pesquisa em outros locais, em vez de perseguir conhecimento novo” (MEDITSCH, 2000 *apud* GADINI, 2005, p.5). Por fim, o autor elenca outros dois aspectos: falta de apoio de agências de fomento brasileiras às pesquisas em jornalismo e a formação tecnicista do profissional.

Não é incomum ficar sabendo antes o modo como os futuros jornalistas pretendem desenvolver seu estudo e, só depois, ouvir algo sobre o recorte, o objeto e o problema da pesquisa (“quero fazer uma análise de discurso”, “farei um estudo semiótico”, “uma análise de conteúdo”, “um estudo de recepção”, e por aí vai). Sem entrar no mérito, até porque o interesse do aluno sempre deve ser respeitado, o fato é que a ausência de bases conceituais e metodológicas específicas em jornalismo, aliada ao fato de que muito possivelmente alguns colegas parecem sentir-se seduzidos por proposições de outras áreas, acaba por deixar as primeiras iniciativas da pesquisa no curso de graduação refém ou, talvez limitada ao rol de opções aparentemente fáceis de ‘importar’. (GADINI, 2005, p. 7)

O mais antigo manual de orientação metodológica no campo jornalístico é o *An Introduction to Journalism Research*, de 1949, editado por Ralph Nafziger e Marcus Wilkerson. A obra foi relançada em 1968, no Brasil, quatro anos antes de o país ter o seu primeiro livro do gênero, *Estudos de Jornalismo Comparado*, de 1972, por José Marques de Melo. A edição “replicava o método proposto pelo francês Jacques Kayser em *Une Semaine Dans le Monde. Etude Comparée de 17 Grands Quotidiens Pendant 7 Jours*, de 1953 e *Le Quotidien Frances*, de 1963” (MACHADO, 2010, p. 10). Após isso, somente após a virada do milênio, outras obras

especializadas foram lançadas: *Metodologia da Pesquisa em Jornalismo* (2007); *Global Journalism Research* (2008) e *The Handbook of Journalism Studies* (2009).

Para Machado (2010, p. 23), apesar de todos os manuais apresentarem lacunas metodológicas, todos corroboram para legitimação do jornalismo no campo científico, ressaltando-se a necessidade de “evitar aplicar metodologias de áreas diferentes porque a especificidade do objeto construído pelos pesquisadores de cada campo acadêmico exige a criação de métodos próprios”.

Na prática multidisciplinar que caracteriza a produção do conhecimento científico na contemporaneidade, em vez de importar acriticamente metodologias e procedimentos de disciplinas da mesma ou de outras áreas cabe aos pesquisadores, sempre em conexão com as particularidades do objeto de estudo, inventar a partir do ferramental existente nas mais diversas ciências os métodos requeridos para a realização do trabalho investigativo. Como uma ciência social aplicada que tem a prática do jornalismo como objeto de estudo, o jornalismo permite três tipos de pesquisa: a teórica, a empírica e a aplicada. As três são complementares e, muitas vezes, uma retroalimenta a outra. A tradição das Ciências Humanas que predomina nos estudos em jornalismo tem dificuldades para reconhecer a prática profissional como objeto legítimo de conhecimento, mesmo em se tratando de pesquisa teórica, e rejeita por completo a possibilidade da pesquisa aplicada. (MACHADO, 2010, p. 23).

Como as demais áreas apresentam dificuldade em apreender a prática profissional jornalística como objeto de estudo, faz-se necessário utilizarmos do *newsmaking* como método para compreender o que rodeia as rotinas de produção e construção das notícias pelo jornalismo e jornalistas. Para isso, a proposta é traçar um caminho metodológico da apropriação da referida hipótese em estudos de processos jornalísticos como forma de instigar o debate no campo.

O *newsmaking*

Considerada uma das mais antigas teorias do jornalismo, a Teoria do Espelho, desenvolvida a partir dos anos 1850, surgiu nos Estados Unidos, e colocou o jornalista como um mediador “desinteressado, um observador isento, imparcial, que descreveria objetivamente os fatos. O princípio básico seria a separação de fatos e opiniões”

(CASTRO, 2012, p. 5). No *newsmaking*, que tem como notórios difusores Nelson Traquina (2005), Mauro Wolf (2009) e principalmente Gaye Tuchman (1983), o conceito de transmissão da realidade através do jornalismo ganha outro aspecto: em oposição ao espelho, a notícia deixa de ser fiel à realidade se torna um instrumento de construção social. Dessa forma, a produção noticiosa passa a ser enxergada de forma industrial a partir de influência de diversos fatores que envolvem esse processo.

Miquel Rodrigo Alsina (2009, p.11) afirma que “produzir informação é uma atividade complexa que se realiza industrialmente e no seio de uma instituição reconhecida socialmente”, nos deixando “diante da fase oculta da construção da notícia”.

A mídia é a primeira que não mostra com facilidade seu processo de produção. Autoimagem que eles pretendem transmitir sobre o seu trabalho é a de receptores e transmissores da informação. A sua atividade se reduz, então à procura pelas notícias e à utilização de uma tecnologia para sua difusão. (...) Dentro da perspectiva da construção social da realidade, posso conceber a construção da notícia como algo especial pertencente à realidade: é a realidade simbólica, pública e cotidiana. Desse ponto de vista, deveríamos falar sobre a construção da realidade social. Os jornalistas são, como todo o mundo, construtores da realidade ao seu redor. Mas também conferem estilo narrativo a essa realidade, e, divulgando-a, a tornam uma realidade pública sobre o dia-a-dia. (ALSINA, 2009, p.11).

Nesse sentido, a efetividade do discurso do jornalismo está ancorada em um discurso social, que conseqüentemente encontra-se atrelado a um sistema produtivo. Ao pensar o jornalismo como ciência, Gislene Silva (2009) considera levar em conta o “fenômeno notícia” como eixo central a partir de uma visão além do “gênero notícia”.

Considero que a ciência jornalística tem como objeto de estudo o fenômeno notícia, e assim conceituo este fenômeno específico: notícia é a socialização de quaisquer informações de caráter público, atual e singular e que atendem a diferentes interesses. (SILVA, 2009, p.13).

No *newsmaking*, a socióloga norte-americana Gaye Tuchman (1983) considera que a notícia não espelha a sociedade, mas ajuda a construí-la como fenômeno social.

En toda sociedade la definición de la noticia depende de su estructura social. La estructura social produce normas, incluyendo actitudes que definen aspectos de la vida social que son de interés o de importancia para los ciudadanos. (...) Socializados em estas actitudes sociales y em las normas profesionales, los informadores cubren, seleccionan y diseminan relatos a cerca de ítems identificados como interesantes o importante. Mediante el cumplimiento de esta función por los informadores, la noticia refleja la sociedade: la noticia presenta a la sociedad un espejo de sus asuntos e intereses. (TUCHMAN, 1983, p.196-197).

Ao ser peça de um mosaico de construção social, a notícia, conforme lembra Nelson Traquina (2005, p. 180), é “resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”. Nesse aspecto, os jornalistas convivem diariamente com fatores que afetam o processo de construção da realidade, a exemplo do tempo, espaço e fonte, como aponta Tuchman (1983), o que reforça a necessidade de compreender a maneira como ocorre esse processo diário pelos jornalistas.

Vale ressaltar que por estar atrelado ao sistema empresarial, o jornalismo tem como uma de suas marcas as “rotinas” de seus profissionais, que podem ser caracterizadas como uma série de ações que regulam e determinam suas atuações. Em outro ensaio, Sérgio Gadini (2007, p. 87) diz ser importante considerar que as rotinas são elementos da estratégia da produção jornalística, “onde a notícia resulta de um trabalho socialmente produzido”. Assim, o contexto da construção da realidade não se limita apenas ao conteúdo noticioso em si, mas também os processos que permeiam os modos da atividade jornalística.

No caso da rotinização das práticas jornalísticas, cabe frisar que, assim como também Tuchman (1983) indica, as empresas jornalísticas demonstram um esforço para fazer com que o trabalho de seus profissionais percorra um caminho rotineiro. Segundo Traquina (2005), os jornalistas, ao serem confrontados com uma gama de informações em detrimento a escassez de tempo, são obrigados a se apropriarem dos chamados “canais de rotina”, podendo gerar um aspecto negativo sobre o trabalho jornalístico, como a relação de dependência das fontes.

Alfredo Vizeu (2008) lembra do *newsmaking* ao citar o estudo desenvolvido por Gurevith e Blumler, publicado em 1993, sobre as rotinas nas práticas jornalísticas. O trabalho dos referidos pesquisadores debruçou-se na eleição legislativa da

Grã-Bretanha, feita pela BBC. Nesse caso, mesmo se tratando de uma televisão de caráter público, também foram encontrados certos constrangimentos organizacionais, demonstrando que a cobertura eleitoral realizada pela TV também apresentou marcas rotinizadas.

O estudo com maior notoriedade - que teve como base a hipótese de *newsmaking*- é o da tese de doutorado de Gaye Tuchman, que posteriormente resultou em um livro. A socióloga usou da etnografia, por meio da observação participante, entre 1966 a 1976, para acompanhar a rotina produtiva de um canal de TV, três jornais impressos de Seaboard e Nova York e da sala de redação da prefeitura da referida cidade, além de ter entrevistado ativistas do movimento feminista, repórteres e realizado análise da cobertura jornalística à época (DA SILVA PIMENTEL; TEMER, 2012).

Apesar de difundida, um desafio que os estudos com base na hipótese de *newsmaking* necessitam ultrapassar é a própria prática metodológica desse tipo de pesquisa. Mauro Wolf (2009) indica algo em comum entre os estudos de rotina produtiva: a observação participante. O mesmo entendimento tem Pereira Júnior (*apud* VIZEU, 2008), que além dessa técnica, ainda coloca a realização de entrevistas como proposta para alcançar os objetivos da pesquisa. Apesar das referências como ponto de partida para o pesquisador sobre processos jornalísticos de rotina, Vizeu (2008, p. 233) lembra que a “questão central é como desenvolver um plano de pesquisa que possibilite um rigor na obtenção e coleta de dados fundamentais para os trabalhos sobre as produtivas, sobre as práticas cotidianas dos jornalistas das redações”. Essa é a proposta que este artigo se coloca à disposição a seguir, sem, é claro, esgotar o debate metodológico, mas como elemento instigador desse prisma.

Questões metodológicas do *newsmaking*

Entendido o *newsmaking* como estudo da construção das notícias como fenômeno social da realidade, com foco nas rotinas produtivas, uma questão vem à tona sobre o aspecto metodológico: como desenvolver uma pesquisa a partir dessa abordagem?

Segundo Mauro Wolf (2009, p. 191), a partir do *newsmaking* em estudos de rotinas “é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria da mídia”, principalmente questões envolvendo contextos de mudanças no campo jornalístico a partir da “observação dos momentos e das fases de crise, quando se redefinem, de uma forma congruente, fenômenos e acontecimentos ambíguos, incertos ou pouco claros, ou quando há reorganizações parciais do trabalho ou ajustamentos” (WOLF, 2009, p. 193). Cabe destacar que o autor alemão ressalta a importância da observação participante nesse procedimento metodológico.

Os dados são recolhidos pelo investigador presente no ambiente que é objecto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os processos produtivos. (WOLF, 2009, p. 191).

Metodologicamente, Wolf (2009) completa caracterizando que a observação participante ocorre dentro de duas perspectivas limítrofes. Por um lado, a presença do pesquisador é insignificante dentro do ambiente no qual ele está inserido. Por outro, a partir do tempo de convívio entre o pesquisador e o objeto, existe a possibilidade de o observador acabar se confundido com o de participante devido a naturalização da presença e interação.

A observação desenrola-se, pois, dentro de dois limites que promovem o seu insucesso: por um lado, a insignificância e a ausência de um plano de pesquisa, por outro, e inversamente, a imposição de uma selecção rígida do material observável. Quanto ao modo como o investigador se comporta na cena social que está a analisar, pode, igualmente, haver amplas variações que vão desde uma atitude de observador passivo, que reduz ao mínimo as interacções com os indivíduos analisados, até uma atitude mais participativa e integrada. Contudo, mais cedo ou mais tarde, o observador atinge um momento em que o seu papel corre o risco de se confundir com o de participante a título inteiro na actividade observada: é a fase conhecida pela expressão *going native*. Por outras palavras, «começam a reconhecer-se os valores e as acções de uma forma tão evidente que se torna difícil imaginar como poderiam ser diferentes» (Elliott - 1972, 174); isto é, o investigador assimila a maneira de agir, de pensar e de avaliar dos jornalistas e transforma-se em «um deles», modificando o seu papel na situação. (WOLF, 2009, p. 192).

Antônio Carlos Gil (2010, p.129) corrobora ao afirmar que a presença *in locus*, que no caso do *newsmaking*, é a redação, “geralmente assume a forma de observação participante, que se caracteriza pelo contato direto do pesquisador com o fenômeno estudado, com a finalidade de obter informações acerca da realidade vivenciada pelas pessoas em seus próprios contextos”.

Destaca-se que a observação participante é considerada uma derivação da etnografia (LAGO, 2008). A relação entre a antropologia e o jornalismo ocorre desde o início do século XX. “É a antropologia que fundamenta metodologicamente pesquisas sobre *newsmaking*” (LAGO, 2008, p.48).

Uma problemática metodológica de pesquisa é a definição do tempo de observação participante na captação das rotinas produtivas nas redações. Habitualmente, em demais áreas da ciência, a etnografia se sustenta pela pesquisa de campo de pelo menos um ano, o que corresponde, por exemplo, ao tempo médio de duração do ciclo produtivo de comunidades rurais. Apesar disso, o período ainda não é unanimidade em todas as áreas de conhecimento.

Pelo fato de a rotina diária dos jornalistas ser regida pelo tempo da entrega do material de forma hábil, Gláucia Mendes (2013, p.289) sugere que “a observação participante das rotinas de produção da notícia dure em média um mês, reproduzindo o mínimo do quadro normal de uma redação – englobando, por exemplo, plantões de fim de semana, feriados e a ocorrência dos mais diversos tipos de notícias”.

Em um trabalho de pesquisa de campo, ao aplicar a observação participante em um estudo sobre as rotinas de produção em telejornais, Alfredo Vizeu (2008, p. 234) usou o período de um mês, justificando que a utilização desse tipo de observação foi “captar a realidade ao vivo, eliminando as mediações que podem contaminar os dados”.

Embora a observação gere um método de pesquisa válido para entender o objeto empírico estudado, ela não se sustenta, segundo Gil (2010), sem a aplicabilidade de outras técnicas, como a entrevista, além da elaboração de notas com uso do caderno de campo como registro dos dados coletados a partir da observação no ambiente da pesquisa.

A ordem de primeiro realizar a observação participante para depois entrevistar os atores pesquisados também foi o caminho adotado por Vizeu (2009), que

argumentou ter se apropriado dessa sequência para que pudesse confrontar os dados coletados durante o período na redação e da análise dos textos com as entrevistas realizadas com os jornalistas.

Sobre entrevistas, costumeiramente, elas são lembradas como prática do exercício profissional do jornalismo por repórteres, sendo a base para elaboração de um conteúdo considerado de qualidade. Cunha (2012) afirma que sobre o aspecto metodológico da entrevista, ela é o fundamento do repórter. No caso do *newsmaking*, é essencial para o pesquisador.

Em qualquer circunstância, a função básica de um jornalista envolve uma pergunta e sua resposta, uma questão e sua resolução, uma proposição e uma contestação. A primeira resposta, se insatisfatória, provoca a segunda pergunta. É assim que se move o ser humano, é assim que opera o jornalismo, é assim que trabalham seus profissionais. A preparação, precisão e compreensão são condições determinantes na composição coerente de uma entrevista sólida acabada e produtiva. (CUNHA, 2012, p. 73).

As entrevistas também são colocadas como primordiais por Lago (2008) por ser uma oportunidade de contato direto do pesquisador com o pesquisado a fim de dirimir questões instigadoras ao longo da observação participante em um ambiente produtivo. Metodologicamente, o indicado é que a entrevista não seja com questionamentos fechados a fim de possibilitar respostas ricas de conteúdo. Além do mais, uma técnica para atrair confiança do pesquisado é a “desburocratização” da entrevista através de conversas casuais.

Becker (1997, p. 79) alerta para a relação pesquisador-entrevistado: “em muitas situações, os entrevistados o percebem como pessoa potencialmente perigosa e, temendo que descubra segredos que seria melhor esconder do mundo exterior, lançam mão da ‘linha oficial’”.

Outros dois aspectos a se considerar de forma metodológica a partir da hipótese de *newsmaking* é a abordagem organizacional e os critérios de noticiabilidade. O primeiro, criado por Warren Breed, se orienta sobre o prisma do jornalista como *gatekeeper* para possibilitar a compreensão sobre a forma como os profissionais nas redações se apropriam e se enquadram nas normas das empresas, tendo como consequência a influência no exercício do ofício pela socialização editorial. Isto é, o jornalista seguirá de forma mais acentuada os preceitos do local

onde trabalha enquanto funcionário como para além de angariar recompensas, evitar eventuais punições hierárquicas.

Para utilizar essa abordagem, no entanto, o pesquisador deve levar em consideração para análise metodológica das rotinas produtivas seis itens elencados por Warren Breed, que segundo ele, são determinantes: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; aspirações de mobilidade; a ausência de grupos de lealdade em conflito; o prazer da atividade e as notícias como valor (TRAQUINA, 2005). Sendo assim, Wolf (2009, p. 187) sintetiza: “a principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência, constituído por colegas ou superiores”.

Além do mais, em rotinas diárias da construção de notícia, o jornalista é passível de viver tensões sobre o que vai ser publicado. Diante de uma gama cada vez maior de informações em uma sociedade em vias de midiatização, o profissional coloca em prática o seu próprio processo de decisão de escolha da matéria-prima a ser trabalhada. Nessa relação entram em jogo os critérios de noticiabilidade, o que torna a seleção uma classificação teoricamente coerente e articulada dentro de objetivos e procedimentos práticos quase que automáticos em razão da rotinização da prática jornalística. Segundo Vizeu (2008), os critérios de noticiabilidade permeiam todo o processo de produção. Wolf (2009, p.916) completa: “a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção”.

No caso da análise dos critérios de noticiabilidade, a aplicabilidade em estudos em jornalismo tende a ficar mais clara no produto final do processo de construção da notícia. Ou seja, no conteúdo jornalístico. Para isso, o pesquisador deve ter como parâmetro quais os critérios de noticiabilidade ele vai se ancorar. Existem atualmente vários valores-notícia elencados por diversos autores. Gislene Silva (2005) expõe um quadro composto por 13 pesquisadores que procuraram estabelecer conceitualmente, a partir das constatações de seus estudos, a criação de seus próprios critérios que tornaram a informação uma notícia. O estudo pioneiro nessa temática foi de Galtun e Ruge, em 1965, e listou 12 motivos considerados pelos jornalistas para noticiar um acontecimento. Nesse caso, não há regra sobre qual parâmetro teórico ideal para aplicar a determinado conteúdo. Vale a expertise do pesquisador.

Considerações finais

A construção da notícia entendida como algo complexo, conforme citado anteriormente por Alsina (2009), mostra que os estudos sobre o seu processo de rotina de produção têm os mesmos aspectos desafiadores para a pesquisa em jornalismo, tanto pela própria essência tecnicista da academia quanto pela escassez de procedimentos metodológicos específicos da área jornalística.

Como bem pontua Elias Machado (2004), quando o pesquisador de outro campo estuda o jornalismo, é possível aplicar procedimentos metodológicos de suas próprias disciplinas para satisfazer seus questionamentos. No entanto, quando o jornalismo vira objeto de pesquisa dos seus próprios atores do campo, antes de tudo, é primordialmente importante viabilizar metodologias adaptadas às especificidades jornalísticas para alcançar os objetivos do estudo.

Lembra-se que este artigo não pretende abdicar de procedimentos metodológicos aplicados em demais áreas. Isso seria praticamente inviável em razão de que conceitualmente existem aproximações entre diversos métodos e técnicas, como ocorre na observação participante, que embora o período de trabalho de campo no jornalismo seja diferente de demais áreas em razão de sua especificidade temporal de rotina, técnicas derivadas desse método atravessam os campos de conhecimento. Por outro lado, a intenção foi instigar o debate metodológico jornalístico, sem esgotar a discussão.

Sem mergulhar a fundo no aspecto das teorias da notícia porque, como citado anteriormente, não foi o foco deste artigo, buscou-se apontar aspectos metodológicos que podem ser utilizados em estudos de rotina. Com base em autores (ALSINA, 2009; TUCHMAN, 1983; TRAQUINA, 2005; WOLF, 2009; VIZEU 2008) que abordam o *newsmaking* indicamos alguns caminhos a serem levados em consideração por pesquisadores de rotinas produtivas em seus estudos, como a observação participante, entrevista, estrutura organizacional e critérios de noticiabilidade, o que conseqüentemente podem se desdobrar em demais, a exemplo de estudos de fontes e outros métodos quantitativos e qualitativos. Isso dependerá do planejamento da especificidade do estudo. Mas independente do que se pretende e o objeto da

pesquisa, o referido roteiro, apesar de básico, apresenta possibilidades metodológicas para esses tipos de abordagens de estudo, afinal, instigar o próprio campo é um dos papéis acadêmicos do jornalismo.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BECKER, Howard S. Evidências de trabalho de campo. *In: Métodos da pesquisa em ciências sociais*. 3ed. São Paulo, Hucitec, 1997.

CASTRO, Alexandre. Teorias do jornalismo, universidade e profissionalização: Desenvolvimento internacional e impasses brasileiros. *In: Anais*. Fortaleza: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2012. Disponível em <www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-teorias-jornalismo.pdf>. Acesso em 23 de julho de 2017.

CUNHA, Luiz Claudio. A entrevista: fundamento, perguntas e condições. *In: MAROCCO, Beatriz. Entrevista na prática jornalística e na pesquisa*. Porto Alegre: Libretos, 2012.

DA SILVA PIMENTEL, Aldenor; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Newsmaking in portuguese: uma discussão das hipóteses de Gaye Tuchman no contexto brasileiro. **Comunicação & Informação**, v. 15, n. 2, 2013. Disponível em <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/download/23116/14149>. Acesso em 27 de julho de 2017.

GADINI, Sergio L. “Dilemas da Pesquisa no Jornalismo Contemporâneo”. Da abrangência midiática à ausência de métodos específicos de investigação. III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/iiisbpjour2005_-_ci_-_sergio_luiz_gadini.pdf>. Acesso em 15 de julho de 2017.

GADINI, Sérgio Luiz. Em busca de uma teoria construcionista do jornalismo contemporâneo: a notícia entre uma forma singular de conhecimento e um mecanismo de construção social da realidade. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, n. 33, 2007. Disponível em < <http://www.redalyc.org/html/4955/495550189011/>>. Acesso em 25 de julho de 2017.

GENRO FILHO, Adelmo. “Jornalismo já tem sua teoria”. *In: Zero*. Florianópolis: UFSC, 1988. Disponível em <http://www.danielherz.com.br/node/139>. Acesso em 26 de julho de 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

LAGO, Claudia. Antropologia e jornalismo: uma questão de método. *In*: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MACHADO, Elias. Dos estudos sobre jornalismo às teorias do jornalismo (Três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento). **E-Compós**, v. 1, n. 1, 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/2/4>. Acesso em 15 de julho de 2017.

MENDES, Glaucia. A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo. *In*: **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 34, n. 2, p. 283-303, jan/jun 2013. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/.../2790/3328>. Acesso em 23 de julho de 2017.

PEÑA, Raúl Alberto Acosta. Producción y circulación de la noticia: el newsmaking. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 123, p. 64-75, 2013. Disponível em <<http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/download/55/67>>. Acesso em 25 de julho de 2017.

SILVA, Gislene da. O fenômeno noticioso: objeto singular, natureza plural. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 9, p. 9-15, jul/dez 2009. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n2p9>>. Acesso em 25 de julho de 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona. Editorial Gustavo Gilli, 1983.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. *In*: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução: Karina Janini. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.