



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

Dias, Robson

Meritocracia na midiocracia: reflexões sobre Prêmios em Jornalismo na cultura
profissional jornalística

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 21, núm. 2, mayo-agosto, 2014, pp.
595-621

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551016011>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Jornalismo

Meritocracia na midiocracia: reflexões sobre Prêmios em Jornalismo na cultura profissional jornalística¹

Meritocracy in mediocracy: thinking about Journalism awards and journalism professional culture

ROBSON DIAS

Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Professor adjunto e pesquisador do mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. Brasília, DF, Brasil.
<r.ucbprofessor@gmail.com>

RESUMO

Os prêmios em Jornalismo são dispositivos utilizados pelos *News Promoters* (Molotch e Lester) e *Definidores Primários* (Hall et al.) no intuito de acessar a *Cultura Profissional* (Schudson) e promover a certificação extraorganizacional de um ethos exemplar do que seria o bom e o mau, o êxito e o fracasso na profissão, nos moldes do *Profissionalismo* (Soloski). A partir do estudo de 114 premiações no Brasil, o artigo divulga resultados de uma tese de doutorado que mapeia condições sobre as quais os prêmios se organizam. As reflexões utilizam a triangulação da pesquisa e 30 classificações de dados tabulados.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalista. Meritocracia. Prêmios. Newsmaking.

ABSTRACT

Prizes in Journalism are devices used by *News Promoters* (Molotch and Lester) and *Primary Defining* (Hall et al.) in order to access the *Professional Culture* (Schudson) and promote extra-organizational certification of an exemplary ethos of that would be good and bad, successful or failure in the profession, along the lines of *Professionalism* (Soloski). According to a study about 114 awards in Brazil, the paper discusses the results of a doctoral thesis that maps conditions upon which the awards are organized. The reflection uses the triangulation research and 30 ratings tabulated data.

KEYWORDS: Journalist. Meritocracy. Prizes. Newsmaking.

Os prêmios em Jornalismo figuram como elementos de normatividade e prescrição de *ethos*, valores e procedimentos na cultura profissional jornalística (Schudson, 1993). As organizações que editam premiações podem ser entendidas como definidores primários não somente no processo de produção da notícia e nas rotinas produtivas (modo direto), mas também das chancelas de mérito jornalístico extra-organizacionais por meio dos prêmios na cultura profissional (modo indireto), influenciando o jornalista na questão do que é ou não notícia (*news judgement*) (Tuchman, 1993, p. 85). A partir da cultura meritocrática premiativa, que prescreve o “profissionalismo” como “método de controle do trabalho” (Traquina, 2001, p. 107), dando o status de bom ou mau jornalismo, há o explícito reconhecimento do domínio das técnicas do fazer, além do saber, como procedimento jornalístico. Mas, tacitamente, também há a doutrinação da subjetividade dos jornalistas, no tocante à sua cosmovisão.

Frequentemente, nos estudos de Agendamento e Newsmaking, fala-se muito de como os definidores primários (Hall e outros, 1993) agem em relação às rotinas produtivas (Tuchman, 1993) no cotidiano profissional, mas não se comenta muito sobre as rotinas cognitivas (Sousa, 2003) ou limites cognitivos (Traquina, 1993) relativos à subjetividade de cada jornalista. Tal fato valida não apenas o doutrinamento da pauta das redações (rotinas produtivas), mas também a cosmovisão dos jornalistas (rotinas cognitivas).

As organizações tendem a influenciar diretamente o processo de produção da notícia (Molotch e Lester, 1993) e as rotinas produtivas (Tuchman, 1993), mas também influenciam indiretamente por meio de uma cultura meritocrática premiativa ao apontar para a subjetividade do indivíduo (cosmovisão do jornalista) na cultura profissional jornalística.

A cultura profissional é um complexo emaranhado de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos *mass media* e dos jornalistas na sociedade, à convenção do produto-notícia e às modalidades que superintendem à sua confecção (Wolf, 2001, p. 189). Sendo que, o profissionalismo controla o comportamento dos jornalistas de dois modos relacionados: estabelecendo padrões de conduta e normas de comportamentos (1); e determinando o sistema de recompensa profissional (2) (Soloski, 1993, p. 95).

O primeiro aspecto, dos padrões de conduta e normas de comportamentos, é relativo à atuação indireta dos definidores primários frente a dissonâncias cognitivamente induzidas nos jornalistas em suas redações e rotinas produtivas. Dentro do cotidiano de produção da notícia de cada profissional, existem as rotinas cognitivas: percepções que o jornalista tem da realidade, podendo, posteriormente, favorecer a avaliação do que é noticioso, além do fato das rotinas produtivas estarem confinadas nos limites cognitivos da racionalidade (Traquina, 1993, p. 93).

E o segundo aspecto, sobre o sistema de recompensa profissional, trata da questão do prêmio como substantivo, no sentido dicionarizado: recompensa, bônus, agrado, galardão, ou seja, aquilo que se ganha (simbólica ou materialmente) ao chegar a um objetivo.

Os prêmios em Jornalismo operam em relação a diversos conceitos identificados em Teorias da Comunicação, tais como: controle do seu trabalho (Breed, 1993) nas rotinas produtivas (Tuchman, 1993), a questão da ação pessoal e seleção de notícias (Wolf, 2001) por um filtro (White, 1993; Senra, 1997), o profissionalismo (Soloski, 1993), sofrimento com a pressão do tempo (Schlesinger, 1993), relacionamento entre fontes e os jornalistas (Molotch e Lester, 1993), poder das fontes como definidores primários

(Hall et al, 1993), além de questões relativas à visão de mundo e cultura profissional (Schudson, 1993).

A partir desse quadro teórico, cita-se a produção científica, em Comunicação, no Brasil, sobre prêmios em Jornalismo, sendo composta por: Cassol (1997), Santos (2004), Magno (2006), Passos (2007), Mora (2008), Dias (2008), Gonçalves (2010) Castilho (2010) e Dias (2013).

Os dados trabalhados abaixo dizem respeito à tese de doutoramento em Comunicação, defendida no PPGFAC/UnB, com o título: *Prêmios em Jornalismo – Transição de Paradigmas: Prêmios do levantamento* (114 itens), mas não da amostra de análise (43 itens): Prêmio SAE BRASIL, Prêmio Mongeral, Prêmio Vega Ambiental, Prêmio Caixa/Unochapecó, Prêmio CONASS, Prêmio IGE, Prêmio DH de Jornalismo MJDH e OAB/RS, Prêmio Santos Dumond, Prêmio Ethos, Prêmio Confea, Prêmio Jornalismo Interesse público, Prêmio Ayrton Senna, Prêmio Caixa, Prêmio Unisys, Prêmio Abril, Prêmio Diversidade da Mata Atlântica, Prêmio INCA, Prêmio ABP, Prêmio Assespro, Prêmio América Latina e Desenvolvimento, Prêmio RPC de criação no Twitter, Prêmio Roquete Pinto, Prêmio Brasília de Literatura, Prêmio Direitos Humanos e Integração, Prêmio Jornalismo Cooperativista, Prêmio Jornalismo Dom Pedro Casaldáliga, Prêmio Telefônica Vivo de Jornalismo Universitário, Prêmio SINDHRio de Jornalismo & Saúde, Prêmio TOP ETANOL de Jornalismo, Prêmio Fenabrade-SC de Jornalismo, Prêmio ABRELPE de Reportagem, Prêmio Prêmio ABRAF de Jornalismo, Prêmio Ministério Público do Estado do Acre, Prêmio Jornalista Amigo da Diversidade, Prêmio Jornalista Amigo da Melhor Idade, Prêmio Jornalista Amigo da Dança, Prêmio Fraterno Vieira, Prêmio Amigo do Peito (RR), Prêmio Andef Jornalismo, Prêmio Jornalismo da CBIC, Prêmio Fecomércio de Jornalismo, Prêmio Braskem de Jornalismo, Prêmio Rei da Espanha, Prêmio Jornalismo Unimed SC, Prêmio Detran de Jornalismo, Prêmio Longevidade de Jornalismo, Prêmio Banco Real

Talentos da Maturidade, Prêmio Santander Jovem Jornalista, Prêmio Congresso em Foco, Prêmio Setcergs, Prêmio TCU, Prêmio Abraciclo, Prêmio Senai de Reportagem, Prêmio Intercom, Prêmio Personalidade da Comunicação, Prêmio Corecon-RJ, Prêmio Embrapa de Reportagem, Prêmio Castello Branco de Reportagem, Prêmio Petrobrás, Prêmio Nuevo Periodismo Ibero-americano, Prêmio APCA, Prêmio Ricardo Ortega, Prêmio Inclusão Social Eli Lilly do Brasil, Troféu Margarida de Prata, Prêmio Betinho Imprensa Livre, Prêmio Docol/MMA, Prêmio Alexandre Adler, Prêmio SBIM Imunizações Saúde Infantil, Prêmio Orgulho Autista, Prêmio Abraz/Janssen-Cilag, Prêmio Nuevo Periodismo, Prêmio Elizabeth Neuffer, Prêmio Prince Albert III, Prêmio Itaú UNICEF.

A pesquisa faz o levantamento de 114 prêmios, dos quais elenca 43 como homogêneos para efeito de análise quantitativa e qualitativa, a partir de premiações que tinham regulamentos (1), editados no ano de 2010 ou 2011 (2), em língua portuguesa (3), que certificavam profissionais da mídia brasileira com trabalhos e atuação em território nacional (4). Os dados apresentados nesse formato artigo são apresentados com o intuito de fazer circular este conhecimento científico com abordagem inédita em periódicos e congressos de Comunicação e de Jornalismo. Neste sentido, seguem considerações sobre o processo de triangulação de perspectivas na pesquisa qualitativa, fruto da observação durante a investigação e apuração de dados quantitativos.

A triangulação é um procedimento metodológico estratégico que contextualiza a validade e a confiabilidade dos dados. Trata-se de uma pesquisa documental, quantitativa, construcionista, com metodologia de análise de conteúdo, além de referenciais de organização de trabalhos científicos em Laville e Melville (1999), Beaud (2002), Lopes (2000) e Santaella (2001). A teoria de abordagem é calcada em Foucault (epistemes, macro e micropoderes). Os objetos de análise da pesquisa são os regulamentos dos prêmios. O estudo foi feito com: 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 Esso como modelo das premiações

O estudo dos regulamentos atuais do *Prêmio Esso*, por si, só, já mostra que aquela perspectiva específica de Jornalismo Informativo (Objetividade: isenção, imparcialidade e impessoalidade) e Jornalismo Investigativo (reportagem, denúncia) não é mais o único *ethos* a ser premiado em Jornalismo. Os temas de educação e ambientalismo, típicos de uma abordagem do Terceiro Setor ou, de forma mais ampla: da Sociedade Civil, são temas incorporados recentemente. Ora, sabe-se que o tema da educação aparece muito em premiações, no caso da amostra: relativos a políticas públicas como do *Plano Nacional de Educação* (PNE): *Prêmio AMB* (da Associação dos

Magistrados Brasileiros – AMB) e Prêmio CNPG (do Conselho Nacional dos Procuradores-Gerais – CNPG). Também aparece de forma difusa em Prêmio Estácio (Educação).

O mesmo acontece com o ambientalismo (“meio ambiente”, “sustentabilidade”, “sustentabilidade ambiental”), tema vinculado ao caráter de responsabilidade socioambiental, tema comum em premiações do universo do Jornalismo Institucional, em parênteses:

- *Prêmio CNT (Meio Ambiente);*
- *Prêmio ALLIANZ Seguros (Meio Ambiente);*
- *Prêmio CBN de Jornalismo Universitário (Sustentabilidade);*
- *Prêmio Comunique-se (Sustentabilidade);*
- *Prêmio Itaú de Finanças Sustentáveis (Meio Ambiente);*
- *Prêmio Aberje (Sustentabilidade, Código de Defesa do Consumidor);*
- *Prêmio ANA (Meio Ambiente, Recursos Hídricos); e*
- *Prêmio Jovem Fernando Pacheco Jordão (8 Objetivos do Milênio, no tocante ao Objetivo 7: garantir a sustentabilidade ambiental)*

O curioso no *Prêmio ESSO* é o ambientalismo entrar como tema alternativo à questão tecnológica (Informação Científica, Tecnológica ou Ambiental) e não; como tema aditivo (Informação Científica, Tecnológica e Ambiental). Se pensarmos em termos de modelos, é como se o Jornalismo Público (responsabilidade ambiental) fosse fundido dentro do Jornalismo Científico (avanços tecnológicos e científicos).

Outra nuance é que no *Prêmio ESSO* também notam-se valores subjetivos que vão contra a rigidez de outrora, postulada pelo modelo de Jornalismo Informativo (Objetividade: isenção, imparcialidade e impessoalidade). O edital 2010 expressamente tem como critério de avaliação dos trabalhos: “esforço acima do comum”, “virtudes jornalísticas e pessoais” e “coragem, determinação, perseverança, senso de oportunidade e isenção”.

“O Prêmio Esso de Reportagem (como categoria do Prêmio Esso de Jornalismo) será conferido, preferencialmente, ao trabalho em que ficar evidenciado esforço acima do comum por parte do repórter ou de equipe de jornalistas para obtenção das informações utilizadas na matéria. O Prêmio Esso de Reportagem tem como objetivo o reconhecimento público de virtudes jornalísticas e pessoais dos repórteres como coragem, determinação, perseverança, senso de oportunidade e isenção, entre outras, expressas no trabalho publicado.”

(Prêmio Esso de Jornalismo, 2010, p. 1)

Atualmente, o *Prêmio Esso*, ao longo de seus quase 60 anos, tem um viés menos enfático dos pilares do *Jornalismo Informativo*, no tocante à figura do repórter, do *Jornalismo Investigativo* e dos critérios de *Objetividade*. O nome *Prêmio Esso de Reportagem* (foco no gênero) incorporou categorias regionais, prêmios de Reportagem e Fotojornalismo, destaques especiais, votos de louvor, menções honrosas, além dos modelos de Jornalismo Esportivo, Jornalismo Econômico e Jornalismo Científico. Em 2010, tinha 13 categorias fixas, incluindo algumas específicas de imagem: Criação Gráfica e Primeira Página. Sem falar no complexo sistema de julgamento em duas instâncias, com quase 80 jurados compondo as comissões de avaliação e seleção (Castilho, 2010, p. 13). Não existe na literatura ou até em pesquisas específicas (Cassol, 1997; Santos, 2004; Magno, 2006; Passos, 2007, Gonçalves, 2010) a informação precisa sobre o ano exato da mudança do nome para *Prêmio Esso de Jornalismo* (foco global na atividade jornalística). Sabe-se que, suas categorias são: Principal (existente em todas as edições, exceto 1966), Reportagem (nas edições de 1966, 1967, 1968, 1971 e 1972), Regional² (em todas as edições), Fotografia (em todas as edições), Reportagem

Esportiva (em todas as edições, exceto 1967 e 1968, quando as matérias vencedoras na categoria principal abordaram essa temática), Informação Econômica (em todas as edições, exceto 1964 e 1965), Informação Científica (em todas as edições, exceto 1964 e 1965, sendo que a categoria passou a se chamar “Informação científica e tecnológica” em 1977 e 1978), Equipe (nas edições de 1964 a 1970; 1973 a 1975) e Melhor contribuição à imprensa (nas edições de 1971 a 1975) (Castilho, 2010, p. 315). Na edição 2010 além da informação de Castilho (2010), percebe-se a expansão do viés em Jornalismo Científico na categoria Informação Científica, Tecnológica ou Ambiental com uma alternativa que poderia ser enquadrada em Jornalismo Público, dentro da questão temática desenvolvida sobre temas e 8 *Objetivos do Milênio*. Também surge a categoria Educação, além da Revista (ambas não citadas no levantamento de Castilho).

Os prêmios lembram de tudo, menos da profissão de jornalista

No escopo da pesquisa, 114 prêmios, intriga a questão do jornalista criar prêmios em vista de lutas sociais ou direitos de cidadania, mas pouco se mobilizar pelas lutas profissionais da própria categoria profissional (ou até do mercado noticioso, sempre relegado ao controle de mercado, da concorrência, da competição entre as empresas). Não existe um prêmio de *Jornalista Consciência do Diploma*, por exemplo. Ou até “amigo da profissão”, com tantos jornalistas amigos de tantas pautas: “amigo da criança” (*Prêmio Jornalista Amigo da Criança*, da Agência de Notícias dos Direitos da Infância – Andi), “amigo da ciência” (*Prêmio Jornalista Amigo da Ciência*, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas – Fapeam), “amigo do peito” (*Prêmio Jornalista Amigo do Peito*, da Secretaria de Saúde do Estado de Roraima, que tem como tema a divulgação da importância do aleitamento materno) e até “amigo da dança” (*Prêmio Jornalista Amigo da Dança*, da Associação Cultural Cláudio Santoro – ACCS, em Brasília).

Fica parecendo que o civismo do jornalista serve mais às pautas das fontes do que às da categoria profissional, em metáfora aos definidores primários (Hall, 1993) como fontes com alto poder de influência nas rotinas produtivas. Como provocação, questiona-se: se o Jornalismo defende a democracia, porque não existem premiações de fortalecimento do próprio Jornalismo? Ou da carreira profissional do Jornalismo? Da real fiscalização do bom e do mau jornalista? Do fortalecimento do Jornalismo Opinativo e Jornalismo Interpretativo (pelo qual o leigo entra no jornal)? Do enfraquecimento ou ética do jornalismo sensacionalista? Do fortalecimento dos cursos? Do fortalecimento da prática nos cursos de formação? Só vemos premiações de fortalecimento das pautas. Não existe interesse em fortalecer os profissionais e nem mesmo o próprio Jornalismo, visto como profissão; e não como acesso ao Espaço Público e à Esfera Pública. Em suma, existe a valorização das pautas e desvalorização do profissional e da profissão.

Até mesmo os prêmios que têm como objeto o profissional, têm em mente como se cobre uma pauta “de verdade”; e não como se é um profissional “de verdade”. O olhar do premiador é narcísico: ele premia somente quem é igual a ele ou semelhante a ele. E, se não for, seus esforços são em doutrinar e moldar a imagem do premiado à do premiador. A certificação das práticas exemplares, tanto os vencedores nas categorias (premiadas) como os nomeados a partir da prática de menção honrosa (prática exemplar), está incluída nesse cenário narcísico, inerente ao sistema de premiação.

O intrigante é que, mesmo passando da condição de premiados para premiadores, ao editar seus próprios prêmios, os jornalistas não enfatizem a ética como *ethos*, por exemplo. A ênfase é do *ethos* de dada pauta. O esforço é concentrado tacitamente no engajamento em pautas ou procedimentos “x” para alcançar um resultado “y” na cobertura, seja na perspectiva do Jornalismo Informativo ou de Jornalismo Público. O que evidencia um alto poder dos definidores primários, e da perspectiva de Jornalismo Institucional.

Direitos Humanos com mais espaço do que ética profissional

Se Stuart Hall (1993) falava do poder das fontes no processo de produção da notícia. No âmbito da pesquisa sobre prêmios, e deste artigo, validamos este poder na questão normativa dos prêmios de imputar um *ethos* da pauta aos jornalistas. E não a pauta genérica entendida como notícia, mas a pauta temática, com os diversos temas organizacionais lançados. É importante perceber que, praticamente, nenhum prêmio certifica a boa prática em jornalismo do ponto de vista ético, a exceção do *Prêmio Capixaba de Jornalismo* (ES), num montante de 114 prêmios. O que é um índice praticamente nulo, pois em porcentagem representaria 0,87%, não chegando sequer a 1%.

Nesse sentido, tematicamente falando, os prêmios que versam sobre direitos humanos parecem ser o oba-oba do momento (ambiental, infância, adolescência, gênero, sexualidade, etnia, raça). E, mesmo assim, nem todos os “humanos” são contemplados de forma equânime, pois os idosos, portadores de necessidades especiais, indígenas, estrangeiros (xenofobia) não têm o mesmo destaque. Aparentemente, o deslumbramento parece ser com os direitos humanos, na questão dos direitos civis. Temas mais estruturais como educação, desenvolvimento econômico, moralização da política não tendem a ser tão importantes.

Ênfase em Direitos Humanos, em detrimento dos Direitos Trabalhistas

A entrada dos direitos humanos nos sindicais profissionais, convivendo ao lado dos direitos trabalhistas, estabelecendo uma tensão: já que os jornalistas se engajam frequentemente em lutas de pautas (fora do campo jornalístico), mas pouco em lutas em favor da própria carreira (dentro do campo jornalístico). Este convívio é percebido no Núcleo de Comunicadores Afro-brasileiros do Rio Grande do Sul do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado do Rio Grande do Sul (1), da Comissão de

Jornalistas pela Igualdade Racial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo (Cojira/SP) (2) e da Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro (Cojira/RJ) (3) com temas nos congressos sindicais, como no caso do XXXI Congresso Nacional de Jornalistas (em João Pessoa, 2010).

O grave desta questão política humanitária é que ela tira o foco do sindicato profissional deslocando ele para uma luta de justiça social. Existe todo um rol de prêmios em direitos humanos, mas nenhum em direitos trabalhistas dos jornalistas ou outros temas que poderiam ser como sendo do rol de direitos de comunicação do cidadão, tais como: 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 tanto como interesse dos jornalistas quanto da sociedade (com todos os prós e contras) (6), a questão do Direito Autoral e Reprodutibilidade do Trabalho Jornalístico (7) e nem sobre a Precarização dos sistemas e condições de trabalho (8). Aliás, são temas que têm estrita relação com o contribuinte e com o jornalista e cidadão brasileiro. O que dá a entender que a cidadania do jornalista tem mais a ver com a das organizações que lutam por um lugar no Espaço Público do que as questões comunicacionais mesmo, pois nem as que tocam o universo das políticas públicas em telecomunicações têm grande apelo na cultura profissional jornalística.

Neste sentido, depois do trabalho de apuração, ora sugere-se um rol de objetivos ou metas da Comunicação e do Jornalismo no Brasil com oito pontos a serem trabalhados com mais ênfase em prêmios: Expansão e Consolidação das Mídias Públicas (1), Democratização da Comunicação (2), Democratização do Jornalismo (3), a Regionalização da produção jornalística (4) Concentração de Mídia (5),

Regulamentação Profissional (com todos os prós e contras) (6), Direito Autoral e Reproduibilidade do Trabalho Jornalístico (7) e Precarização dos sistemas e condições de trabalho (8). Ressalta-se que todos estes pontos podem ser utilizados como resgate da missão primordial dos sindicatos com direitos trabalhistas e, até num sentido de responsabilidade social e democrática, de direitos da comunicação do cidadão, para muito além da exclusividade dos direitos humanos. Uma provocação: seria mais importante para os sindicatos promoverem a justiça social dos direitos humanos ou a dignidade da profissão jornalística frente à pejotização do mercado? Esse é somente um dos temas a se pensar sobre o desvio de foco e função dos sindicatos, que se afastaram da lógica trabalhista e foram imersos na lógica de responsabilidade social, com alta carga governamental, partidária e ideológica de direitos humanos e, não necessariamente, às reais necessidades dos jornalistas (os contribuintes, aliás, que mantém o sindicato).

Vedaçāo de material promocional (matéria paga, informe publicitário)

Um poder identificado no Jornalismo Institucional está no fato de que, quando o regulamento veda o informe publicitário, ele restringe o jabá de entrar no âmbito do prêmio. O que é um mecanismo importante de separação entre a Comunicação Empresarial (RP) e o Jornalismo Institucional (jornalistas nas assessorias), o que aproxima este último do Jornalismo Informativo (jornalistas nas redações), tendo respaldo no hibridismo entre modelos e a questão de encontros e desencontros entre paradigmas. Tal medida bloqueia a propaganda disfarçada ou paga, o que minimiza as críticas dos medalhões de que só é informação se for oriundo de redação. Ora, se o release pode ser publicado na íntegra por uma redação já é a prova cabal de que nem toda informação institucional é promocional. Ao passo que, quando o jornal aceita a matéria paga também prova que pode existir, sim, informação promocional nos jornais.

Pseudônimo como locus do Jornalismo Investigativo

Um poder nos prêmios em relação ao Jornalismo Informativo (ênfase no repórter) e Jornalismo Investigativo (denúncia) é o pseudônimo. Em muitos regulamentos é pacífico que o candidato pode inscrever uma matéria sob a égide do anonimato, via pseudônimo. Contudo, a assinatura do chefe de redação onde se originou a informação é imprescindível no ato de inscrição. Este dado não é revelado e fica em posse dos gestores da premiação. Se a matéria vencer em alguma categoria, na divulgação final é revelado apenas o veículo que promoveu a reportagem investigativa e não o nome do profissional (ou equipe). Esta regra é muito funcional, mas tem um problema: os jornalistas freelancers não têm legitimidade para investigar. Aliás, os freelancers, ou autônomos, não são considerados de modo expresso em praticamente todos os regulamentos do levantamento (114 prêmios), a exceção do *Prêmio ABECIP*, da Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (ABECIP). Dá a entender que sejam premiadas apenas as matérias investigativas pós-produção ou pós-veiculação. Isso tiraria, do rol de premiações, iniciativas de reportagens investigativas feitas com foco na pré-produção, ao premiar pautas, como é o caso do *Concurso Tim Lopes de Jornalismo Investigativo* (ANDI).

Narcisismo premiativo

Nem todos os prêmios são narcísicos: premiam as práticas que mais estejam em acordo com os valores institucionais. O *Prêmio ABRACOPE* (da Associação Brasileira de Conscientização para os Perigos da Eletricidade – ABRACOPEL, com a missão: “conscientizar, através da informação e formação de profissionais, toda a população brasileira para os perigos que a eletricidade, quando mal utilizada, pode causar”) é bem específico: conscientização para os perigos da eletricidade, num sentido de diminuir mortes na população ao lidar com eletricidade, em função do trabalho

(profissionais do setor: eletricistas) ou consumo de energia (como tomar banho e morrer eletrocutado, por exemplo). Tem como parceiros: Instituto Brasileiro do Cobre, Sindinstalação (PROCOBRE), Sindicato da Indústria da instalação do estado de São Paulo (SINDISTAL), Sindicato da Indústria de instalações Elétricas, Gás, hidráulicas e Sanitárias do estado do Rio de Janeiro, Programa Casa Segura e Associação Brasileira de Certificação das Instalações elétricas (Certiel Brasil). O prêmio não é voltado para a instituição em si, mas para o problema da eletricidade como fator de risco para saúde humana (além da prevenção deste risco). Como critérios de avaliação da matéria vencedora, cita-se: impacto na sociedade para a conscientização do público, aprofundamento do tema e inovação ou soluções propostas, discussão. Isto difere um pouco de premiações que se importam muito com a vitrine do noticiário refletindo a imagem institucional e não a pauta.

Premiações do Primeiro Setor têm uma preocupação comum de aparecer no noticiário quase como que prestando contas ao cidadão e ao contribuinte. Na esfera estadual, o *Prêmio Detran de Jornalismo*, do Detran/AC com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado do Acre (SINJAC), avalia as matérias a partir do modo que a instituição apareça no noticiário como defensor dos direitos do contribuinte e do cidadão: “tem como objetivo estimular, divulgar e prestigiar matérias jornalísticas veiculadas na imprensa que apresentem o trabalho da instituição como defensor legal dos interesses da sociedade, demonstrando as competências e atribuições constitucionais da Instituição, assim como a contribuição de suas áreas de atuação”, além de “melhor entendimento, pela sociedade e pelo poder público, sobre a importância das atividades e da função social do Detran/AC.” (Prêmio Detran de Jornalismo, 2011). Na esfera federal, o *Prêmio CNPG* também tem o mesmo perfil: apresentem o trabalho do MP como defensor legal dos interesses da sociedade.

O Prêmio OCEPAR é um dos poucos que expressamente enfatiza que não são preocupados com a citação da organização no noticiário, mas com notícias sobre o desenvolvimento econômico do Paraná. Interessante é que premia atores da perspectiva de Mídia das Fontes, na categoria Mídia Cooperativa (jornal, revistas e internet): com “trabalhos publicados nos veículos de comunicação das cooperativas paranaenses” (2010, p. 6). O que incorre na questão do hibridismo e do Jornalismo Institucional. Estabelecem o cuidado com a informação jornalística ao vedar a participação de publieditorial na grande imprensa. Também é dos poucos que caracterizam bem a diferença entre patrocinador e apoiador. A composição do sistema Ocepar é feita por: Federação, Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Paraná, pelo Sescoop/PR; Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo, com patrocínio do Sicredi Paraná e da Federação Unimed do Paraná e apoio institucional do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná (Sindijor).

Outro prêmio de desenvolvimento econômico regional, que também não é narcísico, é o Prêmio FEAC, da Federação das Entidades Assistenciais de Campinas – Fundação Odila e Lafayette Álvaro (FEAC), que é uma associação empresarial com fins de assistência social. O interessante é que eles não são ortodoxos e premiam em categorias específicas: *House Organs* e até cinegrafistas, o que é raro entre prêmios: versar sobre técnico do audiovisual. Por mais que incentivem o desenvolvimento regional de Campinas (SP), premiam também veículos de outros estados, o que os afasta novamente do narcisismo dos prêmios (ou até do regionalismo): reconhece coberturas “sediadas em Campinas e/ou outras cidades brasileiras, que enfoquem problemas sociais e possíveis soluções relacionadas à realidade campineira e/ou no cenário dos municípios do Estado de São Paulo” (Prêmio FEAC, 2011, p. 1). No olhar do pesquisador, é um dos prêmios mais singulares. Tematicamente, sai da questão genérica de “problemas sociais e soluções” e incentiva a cada edição um ponto a ser

focado na cidade. Na edição de 2010, o tema do prêmio foi *famílias e escolas mobilizam esforços para melhoria do ensino público*, o que, na nossa leitura, pode ser classificado como objetivo do milênio: Atingir o ensino básico universal (Objetivo 2). Também é dos poucos prêmios que consegue ter apoio de dois núcleos distintos do jornalismo: o profissional (Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo – regional Campinas; e Associação Nacional de Jornais – ANJ) e o patronal (Associação Campineira de Imprensa – ACI; e Agência Nacional de Agências de Comunicação – Abracom). Também fazem parte do grupo: CPFL Energia, Grupo DPaschoal, além de 3 universidades e 1 faculdade: Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), Universidade Paulista (UNIP), Faculdades de Campinas (FACAMP). E, como um dos regulamentos mais completos da pesquisa, eles também validam a questão de apropriação de matérias veiculadas, mas vão além: também recolhem os releases das assessorias de imprensa.

É comum instituições que apoiam temas não-narcísicos, que se distanciam das finalidades primárias da organização. O *Prêmio CNT de Jornalismo*, apesar de ser transporte, também tem a questão do meio ambiente. O *Prêmio Estácio* trabalha com educação em nível superior no Brasil e é bem generoso: premia qualquer matéria que fale do desenvolvimento da educação em ensino superior no Brasil; e não somente da atuação da Estácio com este tema³.

A lógica discursiva do dito e não-dito aplicada aos prêmios

Pensando em termos de dito e não-dito, vejamos: se há uma campanha de humanização do parto (dito), podemos pensar que o parto é: desumano (não-dito). Do mesmo modo, se há uma campanha para valorização do professor (dito), podemos pensar que o professor é: desvalorizado (não-dito). Se há uma campanha de valorização do servidor (dito), podemos pensar que o servidor seja desvalorizado (não-dito). Ora, porque

o sindicato estuda uma campanha contra a precarização das relações de trabalho (dito)? Será que é porque no Jornalismo as relações não são precárias (não-dito)? É uma provocação. Em cima deste pensamento, balizamos a questão dos prêmios. Porque honrar o mérito do jornalista (dito)? Porque ele trabalha em demérito (não-dito)? Talvez. Se formos pela lógica de que o Jornalismo é uma profissão das mais premiadas, porque as próprias empresas jornalísticas não premiam os seus repórteres, editores, pauteiros, produtores como “funcionário do mês”? Pode parecer ridículo, mas essa é uma ideia básica de gestão de pessoas e recursos humanos, na valorização do funcionário em grandes corporações (onde ele é invisível). Agora, o jornalista não seria desvalorizado inclusive pelo público leitor que consome o seu trabalho. Será que a ferida da desvalorização do jornalista dentro do seu campo do trabalho não seja a força propulsora da edição vertiginosa de prêmios? Outro questionamento que surge.

No nosso olhar, ao ver que o prêmio mais tradicional do jornalismo brasileiro, *Prêmio Esso*, incentivador das redações, era na verdade uma estratégia organizacional, pensemos o veículo de comunicação de modo estratégico e institucional. Já que o noticiário se alimenta tanto de releases, porque as empresas do mercado noticioso (redações) não podem reconhecer e até premiar as melhores assessorias e seu relacionamento com a mídia a partir da sua perspectiva? Seria uma ruptura com o ideal de profissionalismo? Pode parecer loucura, mas não seria um mecanismo de controle que os jornais equilibrassem o jogo dos rankings dos melhores também com os assessores, impondo um mecanismo de controle e de incentivo à melhor informação de cunho institucional? Porque uma associação de repórteres não pode premiar as melhores fontes? Isso seria confessar que os assessores são importantes no processo de produção da notícia? Seria uma vergonha para o Jornalismo Informativo? Nesse sentido, pensemos no Jornalismo Corporativo (jornalismo para jornalistas) e na

perspectiva de Mídia das Fontes: não seria interessante um índice que fizesse o ranking de reprodução do seu material veiculado e reproduzido nos interiores do Brasil, com spots do radiojornalismo da *Rádio Câmara*⁴ e da *Rádio Senado*⁵ utilizados por mídias que não têm condições de fazer a apuração do Legislativo Federal a não ser por este mecanismo. Por que não fazer um clipping de quem reproduz o seu material em municípios do interior? Se o jornal e a redação pertencem a uma organização, porque uma empresa situada no modelo de produto noticioso do *Jornalismo Informativo* e do *Jornalismo Investigativo* não faz uma listagem das boas e más fontes no mercado? Na mesma linha das listagens e dos rankings do Jornalismo Institucional e das premiações, os sindicatos também poderiam fazer listagens das redações com maiores queixas de seus patrões. Ou até um perfil e ranking das queixas mais comuns de problemas no espaço de trabalho jornalístico.

Para além do senso comum

Ao longo da pesquisa, constata-se que não são somente os assessores que produzem os prêmios e os gestam, mas também os próprios jornalistas (inclusive por meio de associações e sindicatos patronais e profissionais: como a Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial, COJIRA), além de representantes da Sociedade Civil. O que é uma ruptura com o senso comum. Os prêmios, mesmo sendo produzidos e gestados por entidades estatais (Primeiro Setor) e privadas (Segundo Setor e Terceiro Setor), com apoio de jornalistas (via associações e sindicatos patronais e profissionais), têm um caráter de promoção de valores de cidadania difusos (valores bons, justos, nobres) e específicos (relativos ao Terceiro Setor: 8 Objetivos do Milênio), além de preceitos ligados aos direitos das minorias contidos no *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros* (2007). Sem falar na associação entre Jornalismo Institucional e Jornalismo Público, nas assessorias. Além desta vinculação ser um dos principais fatores do êxito da

profissionalização do Terceiro Setor e sua influência em relação ao Jornalismo, Espaço Público e Esfera Pública burguesa, pós-neoliberalismo (anos 90).

Outra quebra de paradigma é a constatação de que prêmios consolidados do Jornalismo Informativo, como o *Prêmio Esso* que, adaptaram-se a uma nova realidade com a edição de categorias com modelos emergentes não tão vinculados à Objetividade (no tocante à isenção, imparcialidade e impessoalidade), também como fruto do próprio nome: *Prêmio Esso de Reportagem* e *Prêmio Esso de Jornalismo*.

Há inclusive todo um rol de novas práticas de prêmios: financiamento (subsídio para coberturas jornalísticas, bolsa produção), as tradicionais recompensas em dinheiro e o rol de honrarias de caráter simbólico (diploma, certificado, troféu, medalha, insígnia, vale) ou de formação (bolsas de estudo, cursos, workshops, visitas guiadas, participação em congressos, veiculação em mídia corporativa), ferramentas de trabalho (ipad, laptop, banco de pautas, banco de fontes, newsletter, clipping), além de novos tipos de adesão de jornalistas aos prêmios (candidatura, monitoramento, indicação). O escopo das pessoas que podem concorrer a um prêmio, a complexa figura dos premiáveis em Jornalismo, também tem expansão percebida: com a inserção de categorias e subcategorias de não profissionais, como os universitários. Atualmente, existem prêmios exclusivos para estudantes: *Prêmio CBN de Jornalismo Universitário*, *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) e *O Prêmio Jovem Fernando Pacheco Jordão* (do Instituto Vladimir Herzog). Há uma iniciativa isolada, dentro dos 114 prêmios, de se premiar estudantes dos cursos de pós-graduação, indo além apenas da graduação.

Também há uma mudança no êxito profissional em relação a palestras de profissionais voltadas para universitários, reflexo da aproximação dos professores

acadêmicos na composição dos júris das premiações, associando com a aproximação da ciência, além de jornalistas proeminentes testemunharem sobre seu sucesso profissional, mas também sobre engajamento em alguma causa social, como exemplo: *Caravana Jornalista Amigo da Criança*, que em 2010, levou a repórter da Rede Globo, Beatriz Castro, à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília para falar da sua experiência com o engajamento na pauta da criança e do adolescente (responsabilidade social) e não apenas de sua carreira no mercado (êxito profissional) (Dias, 2013). Tal fato é de cunho extremamente político.

A *Caravana Jornalista Amigo da Criança*, que faz uso do espaço acadêmico para o engajamento de estudantes em políticas públicas, diluídas em pautas jornalísticas e testemunho de profissionais de prominência no mercado, a julgar pelo apoio da Secretaria Especial de Direitos Humanos, da Presidência da República (idem).

É nítida a participação do professor universitário de Jornalismo no âmbito dos prêmios, seja acompanhando os alunos na função pedagógica ou na entrega de premiações (chancela do professor responsável), além da composição de juris dos prêmios. Também há franca participação de jornalistas por meio de associações e sindicatos patronais e profissionais na composição de júris ou mesmo no planejamento, gestão e promoção de prêmios, além da aproximação com o universo da ciência, com premiações a jornais laboratório e concursos nos quais o prêmio é um estágio supervisionado.

Num ambiente premiativo onde todos saem ganhando, tanto quem premia, quanto é premiado, difícil e surgirem críticas a este universo. Poucas vozes se levantam nesse sentido (como Alberto Dines) e outros articulistas oriundos da Crítica de Mídia, quase um “5º poder” passando a revista em procedimentos e valores relativos a prêmios no 4º poder.

Uma questão que emerge dos prêmios é que eles representam o lado motivacional extraorganizacional das redações, locus no qual se toca a emoção do jornalista e sua subjetividade, para além de toda a racionalidade dos critérios de Objetividade (anulação do sujeito: isenção, imparcialidade, impessoalidade) e dos constrangimentos organizacionais (Breed) e da correria do cotidiano (Schlesinger). Os prêmios também reforçam a questão de competitividade do mercado jornalístico e do controle do trabalho, além dos padrões e procedimentos em vista de modelos jornalísticos, no sentido de que o Jornalismo precisa produzir vencedores de uma concorrência (troféu, medalha); fornecer uma espécie de educação continuada para seus profissionais, indo além dos cursos acadêmicos e corporativos (*workshops*, cursos, diploma, certificado); fazer o controle do padrão de serviços e produtos noticiosos compartilhados na cultura profissional a partir de rankings do melhor procedimento (insígnia, distintivo, menção honrosa), sem falar na necessidade de ir além da verba e interesse organizacional de dados veículos para dadas coberturas, que carecem de financiamento extra-organizacional (bolsa para produção de coberturas e reportagens) para serem produzidas a partir de rotinas produtivas específicas motivadas pelo tema de categorias e subcategorias dos prêmios.

Os prêmios têm se desenvolvido ao ponto de criar um sistema de certificação pautado pela meritocracia, no qual organizações como o Instituto Ethos prestam consultoria a ONGs, para a formulação e gestão de prêmios em Jornalismo, ou seja, há a profissionalização e mercantilização das premiações e estratégias de Jornalismo Institucional, voltadas principalmente para entidades do Terceiro Setor. Tal fenômeno já foi apontado como instituição de uma “grife” ou de “olímpo dos premiados”, principalmente em relação a pautas de direitos humanos, com temas nobres, apontados como sendo cruzadas morais (Andrade, 2001). Esta questão dos prêmios ditos do “Terceiro Setor” é bem controversa, pois, na verdade, a grande maioria

opera com dinheiro público do Primeiro Setor, com alta carga governamental, partidária e ideológica, ainda mais num país onde muitas ONGs não são mantidas pelo Privado (ideia original anglo-saxã), mas pelo Estado (realidade brasileira, formalizada até pela lei das OSCIPS: onde o não-governamental passa a ser mantido com dinheiro do governo). Em suma, o governo pagando a conta do “não-governamental”.

Conclusão

Foram tratados aqui, em formato artigo, para circular em congressos e revistas científicas, alguns dados de mapeamentos dos prêmios em Jornalismo. As inferências do processo de triangulação de perspectivas na pesquisa qualitativa são dados fruto da observação, em 4 anos, do 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 (mediacêntrico e sociocêntrico), atravessados por prêmios existentes em 5 décadas e quase 60 anos de história.

A partir dos resultados obtidos empiricamente, pudemos comprovar algumas hipóteses de organização, estruturação e modus operandi dos prêmios. Neste sentido, um trabalho inédito, tanto na ciência, como no mercado. A iniciativa que mais se aproxima disso é o *Ranking Jornalistas&Cia*, do *Centro de Memória dos Prêmios de Jornalismo do Brasil*, inaugurado em 2011, que trabalha com vencedores (ranqueamento), além de memória, registro e arquivo dos prêmios brasileiros.

Os paradigmas em Jornalismo continuam em transição. Sabe-se que o *Prêmio Esso*, ao longo de seus quase 60 anos, construiu uma imagem substancial e uma

representação que se confunde com o senso comum sobre as premiações. Em vista disso, esta pesquisa se impõe como uma contribuição científica que vislumbra atores, elementos e cenários na questão dos prêmios. 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. No Brasil, na ciência em Comunicação, diversas pesquisas têm surgido recentemente em várias regiões do país: na Região Sul (1997 e 2006), no Centro-Oeste (2006, 2008, 2010 e 2013) e no Sudeste (2007 e 2010). Sem falar na recente instauração do *Ranking Jornalistas&Cia*, do *Centro de Memória dos Prêmios de Jornalismo do Brasil*, o que pode ajudar muito na questão do entendimento, memória, registro e arquivo dos prêmios. Assim como, este artigo com o qual fazemos circular tal contribuição científica. ●

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Leandro. *Prostituição infanto-juvenil na mídia: estigmatização e ideologia*. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BEAUD, Michel. *Arte da tese: como preparar e redigir uma tese de mestrado ou doutorado, uma monografia ou qualquer outro trabalho universitário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 152-156.
- CASSOL, Ivone. *Prêmio ESSO e as transformações da reportagem*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1997.
- CASTILHO, Marcio. “Um patrimônio dos próprios jornais” – as escolhas do campo jornalístico sob a ótica do Prêmio ESSO. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, VII., 2009, Fortaleza. *Anais...* Fortaleza, 2009.
- _____. “Patrimônio dos Próprios Jornalistas”: o Prêmio ESSO, a identidade profissional e as relações entre imprensa e Estado (1964-1978). Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, 2010.

- CASTILHO, Marcio. A presença da Esso na imprensa brasileira. *Rumores – Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias*, v. 2, n. 1, jul.-dez. 2008.
- DIAS, Robson. *Prêmios em Jornalismo: paradigmas em transição*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2013.
- _____. *A influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de Jornalismo: estudo de caso*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- _____. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das Ciências Humanas*. São Paulo: Martins. 1966
- _____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.
- 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; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony et al. A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber*. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre; Belo Horizonte: Médicas Sul-Editora UFMG, 1999.
- LOPES, Maria Immacolata. *Pesquisa em Comunicação*. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2002.
- MAGNO, Ana. *A agonia da reportagem: das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos – uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.
- 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 e 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*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2008.
- PASSOS, Lucio. *A Produção de Efeitos de Sentido nas Fotografias de Imprensa Brasileira: Análises Técnicas, Plásticas e Semânticas*. Dissertação, Mestrado em Comunicação) – Universidade do Tuiuti, 2007.
- PRÊMIO ESSO DE JORNALISMO. *Regulamento 2010*. São Paulo, 2010.
- PRÊMIO DETRAN DE JORNALISMO. *Regulamento 2011*. Rio Branco: Detran/AC, 2011.
- PRÊMIO FEAC DE JORNALISMO. *Regulamento 2011*. Campinas, 2010.

- PRÊMIO OCEPAR. *Regulamento 2010*. São Paulo. 2010.
- SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001
- SANTOS, Sandra. *Um estudo das fotos vencedoras do prêmio Vladimir Herzog de anistia e direitos humanos*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- 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.
- SENRA, Stella. *O último jornalista: imagens de cinema*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.
- SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- SOUZA, Jorge Pedro. *As notícias e os seus efeitos*. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. 1999.
- _____. *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2003.
- TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. *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.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.

NOTAS

- ¹ A revisão e problematização apresentada no artigo são constituintes da tese *Prêmios em Jornalismo: paradigmas em transição*, elaborada sob a orientação da Prof. Dr. Luiz Martins da Silva. Na pesquisa, o autor investigou 114 prêmios na cultura profissional do Jornalismo e mapeou este universo em 30 categorias, propondo teoricamente a figura dos *News Honors*, um lócus não visto ainda na *Téoria 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): suporte à produção da tese, que tem desdobramento neste artigo.

² Regionais (Centro-Oeste, Norte e Nordeste (juntos), Sul e Sudeste).

³ “A Estácio é um complexo de Universidades, Centros Universitários e Faculdades em 69 unidades, presente em 36 cidades de 17 estados do país. E trabalha na perspectiva de o Brasil ser o maior mercado de ensino superior da América Latina e o quinto maior do mundo em número de alunos matriculados, segundo dados da Unesco, MEC e INEP de 2004. Mas apesar de o número de matrículas crescer vigorosamente, dados da Unesco de 2007 dão conta de que no país chegam à universidade apenas 25% dos 4,1 milhões de alunos que terminam o Ensino Médio. E mais: apenas 13,8% dos jovens entre 18 e 24 anos estão no Ensino Superior, níveis inferiores aos apresentados por países como Argentina, Colômbia, Bolívia e México”, regulamento 2011, *Prêmio Estácio*.

⁴ Câmara dos Deputados.

⁵ Senado Federal.

Recebido em: 04 maio 2014

Aceito em: 04 jun. 2014

Endereço do autor:

Robson Dias <r.ucbprofessor@gmail.com>

Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa

Universidade Católica de Brasília

Campus Avançado Asa Norte

SGAN 916 – Av. W5, Sala A-205 – Asa Norte

70790-160 Brasília, DF, Brasil