



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**Marcus Antônio Assis Lima (UNI-BH)**

### **Jornalismo e Teoria dos Atos de Fala: aproximações iniciais<sup>1</sup>**

#### **RESUMO**

Buscamos, no artigo, promover uma conexão teórica entre o jornalismo e a Teoria dos Atos de Fala (TAF), como proposta por Searle. O objetivo é contribuir para uma sistematização em torno de uma teoria da notícia, que consiga unificar as diversas definições e entendimentos produzidos a respeito. Dessa modo, nosso intuito pretende apontar para a necessidade da Pragmática nas análises empíricas da notícia, que devem levar em consideração os variados atos de fala realizados pelos jornalistas quando da produção e publicação dos acontecimentos com potencialidade para serem processados e transformados em acontecimentos públicos.

Assim, o artigo procura algumas aproximações entre os dois campos acadêmicos, com o intuito de iniciar uma discussão acerca dos atos sociais de fala realizados pelos profissionais do jornalismo. Dentro de tal perspectiva, discutimos algumas idéias próprias da TAF, que julgamos pertinentes para um debate posterior sobre a natureza das notícias.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo – ato de fala – intencionalidade – *newsmaking*

Dentre os estudos acadêmicos da Comunicação Social, investigações sobre as notícias encontram terreno fértil. Embora muito se tenha pesquisado sobre uma das poucas *contribuições originais dos meios jornalísticos ao repertório das formas de expressão humanas* (McQuail, 1991:263), ainda não existe um consenso, entre pesquisadores e jornalistas, sobre o que é realmente a notícia. Manuais de jornalismo costumam tratá-la como “relato”, objetivo e imparcial, feito por um observador desinteressado e que cumpriria o papel de mero mediador entre a realidade da vida cotidiana e os consumidores desse produto jornalístico. Essas definições, enquadradas pelo professor Nelson Traquina como “teorias do espelho”, ainda fazem sucesso nas salas de redação

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



dos órgãos informativos<sup>1</sup>. Nas escolas de jornalismo, entretanto, a perspectiva mais comum diz que a notícia é uma “construção discursiva”, que aglutinaria *forças situadas ao nível das pessoas, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico e da história* (Sousa, 2000:21).

*Assim, a notícia, ao invés de espelhar a realidade, estaria criando uma outra que, no mundo atual, cola-se à realidade da vida cotidiana. Essa re-presentation da realidade teria como limites, de um lado, a cultura jornalística (seus hábitos, valores, processos socializantes, visões de mundo etc.) e, do outro, os constrangimentos organizacionais impostos pelas empresas de informação (a obrigatoriedade do lead, a hierarquização institucional, a introdução de técnicas administrativas nas redações, a publicidade etc.).*

*Se a notícia é um artefacto lingüístico (...) com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural (Sousa, op.cit.:15), estudá-la, dessa forma, deve levar em consideração os atos de linguagem realizados pelos jornalistas; o que buscamos são as marcas enunciativas do narrador-repórter (Oliveira, 1996:xx), para daí proceder a um mapeamento dos propósitos que motivam e as intenções que controlam as mensagens jornalísticas (Chaparro, 1994:13), de modo a localizarmos as influências que a explicitação ou não explicitação das intenções exerce na vontade do leitor, no que se refere à decisão de ler ou não ler, aceitar ou rejeitar a mensagem (idem).*

Consideramos, para fins de pesquisa em jornalismo, que uma maneira fértil e ainda pouco explorada de se compreender a natureza da notícia, seria o emprego de uma teoria da linguagem aliada às técnicas da etnometodologia. O que se pretende com este artigo é contribuir para uma teoria da notícia, fazendo uso de procedimentos metodológicos baseados na Pragmática peirciana, nas teorias do newsmaking, na Teoria dos Atos de Fala (TAF), como proposta por Searle, e na teoria do agir comunicativo, de Habermas.

O entendimento da notícia como ato de fala permite estabelecer conexões teóricas entre as “teorias” da notícia e a Pragmática. Inicialmente, faremos breve discussão sobre as atuais tentativas de explicação para as características específicas da notícia. A seguir, discutiremos alguns conceitos próprios da TAF que julgamos pertinentes para uma sistematização no entendimento de “por que as notícias são como são”. Por fim, buscaremos uma aproximação pragmática entre esses dois campos acadêmicos, de modo a contribuir para a unificação em torno de uma teoria da notícia.

#### **AS NOTÍCIAS**

As tentativas mais recentes de se explicar a natureza da notícia estão, conforme indicações do professor Jorge Pedro Sousa, alinhadas a uma visão construcionista da realidade social. Nessa perspectiva, a notícia é vista como uma construção resultante de um processo de interações pessoais, sociais (...), culturais (...), ideológicas e outras (Sousa, 2000:19, nota 6).

---

<sup>1</sup> Essa idéia pode ser apreciada em Traquina (2001:65-68) e sobre a permanência dessa visão nas salas de redação ver Sousa (1998).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



A realidade da vida cotidiana fornece, embora não exclusivamente, o material bruto a ser processado pelos órgãos informativos e posto a circular como notícia: Determinados acontecimentos, idéias e temáticas são, de algum modo, os referentes do discurso jornalístico. Porém, o “acontecimento” ganha na competição (Sousa, op.cit.:24). Segundo Sousa essa hegemonia do acontecimento sobre problemáticas ou processos sociais seria resultado dos constrangimentos organizacionais que o jornal-empresa impõe ao ritmo do trabalho jornalístico. Mesmo assim, os acontecimentos não seriam de uma mesma espécie e seria preciso uma precisão maior na diferenciação entre, por exemplo, um jogo de futebol, uma entrevista coletiva ou um grave acidente natural. De qualquer maneira, o que uniria esses variados fenômenos em torno da idéia de acontecimento seria uma certa notoriedade, dentro de um contexto social determinado.

Dessa forma, os referentes do discurso jornalístico, variados e flexíveis, centrariam-se, contudo, em torno de ocorrências atuais (Sousa, op.cit.:27). O acontecimento, então, teria uma natureza singular, podendo ser observado e delimitado espacial e temporalmente e, ainda, relacionado a outros acontecimentos (Rodrigues, 1993). Para o professor espanhol Miguel Rodrigues Alsina, os acontecimentos seriam um fenômeno de percepção do sistema, o manancial para a produção das notícias, enquanto essas seriam um fenômeno de geração do sistema (Alsina, 1993). Indo mais além, Adriano Duarte Rodrigues propõe que a notícia seria, de fato, um meta-acontecimento, visto que ela funcionaria, no mundo contemporâneo, como desencadeador de novos acontecimentos (Rodrigues, 1990, 1993). O que nos interessa aqui é o entendimento, portanto, da notícia enquanto um fazer, uma forma de ação social com características, valores e normas específicas. Dentro de um enfoque da Psicologia, a notícia poderia ser relacionada aos efeitos comportamentais da comunicação, de modo que às ações dos comportamentos pessoais sejam acrescidas as pistas de comunicação inerentes ao contexto em que ela ocorre (Watzlawick et all, 1991).

A notícia, enquanto acontecimento, teria, portanto, algumas características específicas. Primeiro, como mencionado, seria um acontecimento discursivo, posto que sua “existência” se dá no universo discursivo, distinto do mundo físico, do mundo psicológico e inclusive do mundo social, embora possa evidentemente estabelecer relações com estes diferentes mundos (Rodrigues, 1999:161). Segundo, a notícia comportaria uma dimensão ilocucional, tendo em vista que ela aparece ao “dizer-se” algo, como quando o apresentador do telejornal “anuncia” uma visita presidencial ou chama um correspondente em outra cidade para noticiar os acontecimentos. Por fim, ela possuiria, também, uma dimensão perlocucional, já que algo será produzido pelo simples fato de ser enunciado (Rodrigues, 1993, 1999). Aqui, é preciso acrescentar que a atribuição última de sentido depend[e] do consumidor da notícia (Sousa, op.cit.:15):

De facto, nada garante que aquilo que os agentes que intervêm no processo de construção e fabrico da informação jornalística “põem” na notícia seja aquilo que o consumidor apreende e entende. E nada garante que o mesmo sentido dado a essas mensagens seja o sentido que lhe é dado pelo consumidor (*idem*:16).

O que se quer ressaltar é que a notícia não se esgota na sua produção. Embora alguns autores, ao proporem uma diferenciação às diversas habilitações dentro da



Comunicação Social, enquanto disciplina acadêmica, apontarem para o fato de que o jornalismo seria a única habilitação não motivada pelos efeitos posteriores à difusão<sup>2</sup>: [a] ação jornalística esgota-se na finalidade de informar. Não vai, pois, além da recepção da mensagem, momento de início de outro processo (Chaparro, 1994:22), outros autores, como Rodrigo Alsina, acreditam que ela englobaria também a sua circulação e seu consumo (Alsina, 1993). De acordo com Maria Dolores Montero, haveria que se considerar três momentos que fazem as notícias:

- 1) Produção: processo onde são feitas as escolhas dos acontecimentos a serem transformados em notícias;
- 2) Circulação: processo onde os temas do dia são convertidos em debate público. Seria a etapa em que se produzem os efeitos da informação a curto prazo (...) [onde] os públicos (...) estruturam o conteúdo da informação (...) também segundo a sua própria valorização dos temas (Montero, 1993:67s);
- 3) Objetivação: (...) processo pelo qual alguns elementos da informação (...) se convertem em elementos consolidados e persistentes no pensamento coletivo e, por consequência, em elementos que tomam parte da realidade social (idem).

Certamente, voltaremos a essas questões mais a frente.

#### OS ATOS DE FALA

A Pragmática é uma das vertentes da Semiologia, cuja formação básica inclui também a Sintática e a Semântica. O termo origina-se do grego *pragmatikós*, relativo aos atos que devem ser feitos. Como ramo científico, evade do pragmatismo filosófico criado por Charles S. Peirce, para quem o significado de uma concepção expressaria-se em consequências práticas. Seu desenvolvimento se dá a partir dos anos 1960, quando ganha características interdisciplinares, o que permitiu seu uso por outros campos como a Psicologia, a Sociologia, a Antropologia e a Lingüística. Em particular, ela é aproveitada quando se pretende analisar os fenômenos da comunicação humana, de caráter face-a-face; nossa intenção é estender sua amplitude para os domínios das interações mediadas. Concordamos com a formulação, proposta por Manuel Chaparro, de que o jornalismo, sendo um *processo social de comunicação, situa-se no campo da Pragmática – mais do que na Semântica* (Chaparro, op.cit.:15).

---

<sup>2</sup> José Martinez Albertos classifica a comunicação de massa em quatro variantes: 1) Informação de atualidade, ou jornalismo, que tem como fim específico *a difusão objetiva de fatos através da informação e interpretação dos acontecimentos que são notícia*; 2) Propaganda, cujo fim é *a difusão de idéias ou doutrinas pela via da sugestão emotiva, para alcançar certo grau de coação sobre os receptores*; 3) Publicidade, cujo fim específico é *difundir mercadorias entre os consumidores, num regime de mercado competitivo*; 4) Relações Públicas, que seria *a difusão parcial de fatos e idéias relacionadas com uma atividade ou serviço, com o objetivo de criar um clima de cordialidade pública favorável a esse serviço* (Albertos, 1977:32ss).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



O pesquisador holandês Teun Van Dijk aponta para o uso de uma visão macropragmática dos atos de linguagem, pois, segundo ele, somente uma descrição pragmática poderia especificar quais atos (sociais) de fala ocorrem em uma dada cultura. Ele busca uma conexão entre jornalismo e Pragmática por intermédio do reconhecimento de que *a utilização da língua não significa apenas a produção de um enunciado, mas que esse enunciado seria a execução de uma ação social* (Van Dijk, 1990:47ss), sendo seu uso indicado pois a Pragmática se dedica *à análise das funções dos enunciados lingüísticos e de suas características nos processos sociais* (Van Dijk, 1983:79).

Uma ação refere-se a uma forma de lidar com situações, isto é, as atividades práticas do dia-a-dia. Num sentido estrito, ação seria uma “atividade objetivada”, ou seja, *o falante intervém no mundo de modo a alcançar seus objetivos através da escolha e implementação de determinados significados* (Habermas, 1996:215). Ele descreve, ainda, as locuções lingüísticas (linguistic utterances) como *atos, por intermédio dos quais um falante deseja chegar ao entendimento com outra pessoa e se fazer entendido* (idem). Van Dijk trabalha a idéia de ação por intermédio do conceito de sucesso, que se refere a uma modificação, por exemplo, a modificação de um estado em outro, denominados, respectivamente, estado inicial e estado final, onde estado deve ser entendido como *um ‘mundo possível’ composto de uma série de objetos com determinadas características e relações* (Van Dijk, 1983:83).

Para Searle, uma teoria da linguagem deve ser entendida como integrante de uma teoria da ação, já que falar é *uma forma de comportamento governado por regras* (Searle, 1984:7). Para ele, os atos de fala seriam a unidade mínima ou básica da comunicação lingüística, assim como a notícia é a unidade mínima dos jornais. Dessa forma, a comunicação envolveria, necessariamente, os atos de fala, como explicitado no princípio da expressabilidade, onde o que pode ser significado pode ser dito: *É sempre possível para ele (o falante) dizer exatamente o que quer significar* (idem:18). Assim, estudar os atos de fala não pode estar dissociado dos significados, pois, toda sentença significativa (em que circula um sentido), em virtude de seu significado (ou sentido),



pode ser usada para realizar (perform) um ato de fala específico ou um conjunto de atos de fala.

Para a TAF, ao se pronunciar um enunciado (fazer uma declaração) estão sendo realizados vários tipos de atos: 1. Atos declarativos, ao pronunciar palavras e sentenças; 2. Atos proposicionais, ao se referir e predicar e 3. Atos ilocucionários, ao questionar, comandar, prometer etc. Para Austin, ao falarmos estaríamos realizando três tipos de atos: atos locucionários (a realização de uma fonação de palavras com um determinado sentido e uma determinada referência); atos ilocucionários (o ato que realizamos ao falar, assim, ao enunciarmos uma pergunta fazemos uma pergunta, ao enunciarmos um aviso realizamos um aviso) e atos perlocucionários (que não é realizado ao enunciá-lo, mas pelo fato de o enunciar, sendo que ele corresponderia aos efeitos ou conseqüências dos atos ilocucionários nos ouvintes) (Austin, 1990).

*Ao relatar um acontecimento, os media além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo. Este novo acontecimento não é mera locução; realiza um acto ilocutório (Rodrigues, 1993:31).*

Os atos ilocucionais, segundo a TAF, não se encontram sujeitos apenas às pretensões de verdade ou falsidade, da adequação ou inadequação ao estado de coisas relatados; estão também atrelados aos valores da credibilidade e sinceridade do locutor, à clareza ou obscuridade da exposição, à justeza dos juízos formulados, à coerência dos argumentos aduzidos, à capacidade para levar o outro à satisfação de um pedido, a resposta à uma pergunta, um aviso, uma saudação... Todos esses valores integram ativamente o discurso, o mundo da enunciação e não podem ser desmembrados dele. Por isso, em Austin, os atos ilocucionais diferem-se das meras proferições, pois acontecem ao serem ditos.

A notícia possui, assim, essa dimensão ilocucional, na medida que os fatos “acontecem” quando são transformados em notícia pelos órgão informativos, quer dizer, no mundo contemporâneo, os “acontecimentos públicos” só tornam-se públicos quando postos a circular pelos veículos de comunicação social (Calhoun, 1994; Maia, 1999; Thompson, 1998). Assim como os ilocucionais, as notícias fazem uso de condições convencionais para seu uso, seu entendimento pelo público. Se para aqueles precisamos ter em conta as **condições de conteúdo proposicional**, que dizem respeito à forma lingüística na realização de um ato, isto é, sua estrutura sintática, sua forma verbal; as **condições preparatórias**, que incidem sobre a identidade do locutor ou alocutário,



determinando os estados de coisas que são pressupostos na proposição, ou seja, marca o “lugar” dos locutores: seriam as performances realizadas em determinados contextos; as **condições de sinceridade**, que impõem restrições à atuação do locutor, ou seja, não seria conveniente manifestar um estado psicológico contrário a sua realização (Paradoxo de Moore); as **condições de sucesso**, que não são apuradas no ato, mas condições necessárias para a sua realização; as **condições de satisfação**, que dizem respeito às relações entre locutário e alocutário, também a notícia precisa validar essas mesmas condições. Como condição de conteúdo proposicional, por exemplo, pode-se mencionar a observância ao modelo da pirâmide invertida, a obrigatoriedade do uso do lead, nos jornais diários, a exatidão e clareza, o uso de verbos dicendi, entre outras. As condições preparatórias, por sua vez, podem ser identificadas com os constrangimentos organizacionais a que estão sujeitos os jornalistas, às relações entre jornalistas e fontes etc. Quanto às condições de sinceridade, pode-se referir ao “acordo de cavalheiros” firmado entre jornalistas e sociedade, com o intuito de delegar ao profissional a competência para recolher os acontecimentos e temas importantes e atribuir-lhes sentido (Traquina, 1993:168; Oliveira, 1996:26) e aos aspectos ético-morais envolvidos no relato veraz dos eventos observados; no que respeita as condições de sucesso, creditamos a elas, por exemplo, a necessidade de se possuir formação universitária para o exercício da profissão, ao conhecimento das técnicas de redação, pesquisa e entrevistas em jornalismo, dentre outras; finalmente, também condições de satisfação precisam ser preenchidas pelas notícias, tais como, a imagem idealizada que o jornalista possui do público, a visão, por parte do público, de que o jornalista não tem interesse pessoal na divulgação de determinado tema etc. Essas questões, evidentemente, estão ainda por serem aprofundadas.

*A unidade mínima jornalística também abrange uma dimensão perlocucional, atos que, além de fazerem aquilo que fazem enquanto são também uma locução (isto é, enquanto dizem qualquer coisa), produzem qualquer coisa ‘pelo fato de’ dizerem (Austin, op.cit.:7):*

O bandido do ar que ameaça fazer explodir o avião, a aprovação de uma nova taxa de juros, a declaração da desvalorização da moeda ou da abertura de uma sessão do parlamento ou da inauguração da ponte, quando enunciados pela respectiva entidade competente, no exercício de sua competência própria, são exemplos de enunciações performativas que realizam aquilo que enunciam pelo facto de o enunciarem. Não são puras constatações de estados de coisas previamente existentes sujeitas à prova da verificação dos factos; produzem realmente um novo estado de coisas (Rodrigues, 1993:31)

Penso aqui, especialmente, nos acontecimentos recentes envolvendo padres católicos com acusações de pedofilia, ou o caso do pediatra que molestava seus pacientes adolescentes. A visibilidade desses fenômenos, pela mídia, não estaria a provocar efeitos sociais: uma certa desconfiança para com os pediatras ou a acentuação de críticas negativas à atuação da igreja católica de um modo geral? Notícias sobre o fechamento dos bancos e de restrições aos saques, na Argentina, não estariam a provocar passeatas e manifestações indignadas nas ruas da capital? Como salienta



Rodrigues, a mídia, ao privilegiar os atos enunciativos, estariam não só conferindo-lhes notoriedade, alargando assim indefinidamente o âmbito e o alcance das transformações que operam no mundo, como realizam igualmente novos actos ilocutórios e perlocutórios de acordo com as suas próprias regras enunciativas (*idem*).

Para uma análise, seria preciso levar em conta que a mídia, no afã de tornar públicos os eventos cotidianos, precisa limitar-se aos fatos ocorridos e aos discursos proferidos por fontes competentes para lhes conferir determinados valores ilocutórios e perlocutórios (*ibidem*). Como exemplo, o pronunciamento de um ministro que decidiu limitar os saques bancários em determinado patamar e que diz aos jornalistas que a medida não implica necessariamente na falta de reservas suficientes para garantir esses saques, o que provocaria uma corrida aos bancos. Também é preciso distinguir entre aquilo que é dito pelos jornalistas no exercício de sua profissão e aquilo que é publicado como opinião de pessoas exteriores à profissão. Aos primeiros estaria reservado o relato objectivo dos fatos, enquanto os segundos exprimiriam juízos de valor e apreciações subjetivas, sujeitas por conseguinte à livre discussão (*idem*:32). Esse discurso subjetivo, para conquistar o espaço jornalístico, entretanto, precisaria ser objetivado, por meio do “dispositivo objetivante instrumental” próprio dos órgãos informativos:

Cada relato objectivo e cada juízo factual comporta subjacente um ou mais juízos de valor e uma ou mais prescrições, comporta valores ditados pela relação dos interlocutores em função da relação respectiva aos fatos relatados, comporta prescrições ditadas à maneira como os fatos devem ser constatados e à forma como devem ser expostos (*Rodrigues, 1993:32*).

Mesmo assim, a escolha dos termos, a ordem de sua apresentação, a seleção dos fatos expostos pressupõem a existência de juízos de valor fundamentados em critérios partilhados por uma comunidade de sentidos, com um conjunto de critérios de noticiabilidade e valores/notícia aplicados aos acontecimentos potencialmente noticiáveis, como demonstram as pesquisas em newsmaking. Essas “estratégias objetivantes” seriam usadas pelos jornalistas como forma de conquistar credibilidade sendo, portanto, ancoradas na fiabilidade do testemunho do locutor e não na sua observação e verificação diretas. Assim, quando folheamos uma revista, ou assistimos a um telejornal, partimos do pressuposto que o jornalista é digno de confiança e que irá nos relatar aquilo que efetivamente ocorreu. Como raramente temos a oportunidade de verificar *in loco* os fatos relatados, precisamos fazer fé na credibilidade das suas palavras.

Dessa forma, o ato de fala específico do jornalismo é, para Van Dijk, **asseverar**, que significa afirmar com certeza ou segurança, assegurar (Borba, 1991:170). De fato, a credibilidade do jornalista está assentada na delegação a ele atribuída por parte da sociedade de “assegurar” que os fatos ali mencionados são inquestionáveis, que as falas das fontes são verdadeiras e que os dados levantados são sinceros. Ao “afirmar com certeza” determinada ocorrência, o jornalista iria além da mera convencionalidade do ato, da sua realização lingüística, pois, a notícia implica em tomadas de posição, em manifestação de estados psicológicos, tanto das fontes citadas quanto do jornalista e do órgão de informação, expressa por intermédio de uma linha editorial previamente



fixada. Há, na notícia, ainda, uma realização que é de natureza extralingüística, isto é, implica em ações concretas subsequentes, como o caso de notícias de denúncia que provocam a instalação de comissões parlamentares de inquérito, auditorias e investigações policiais ou que pode estar evidenciada nos aspectos gráficos do produto jornalístico, como a diagramação, o uso de fios, legendas e fotos etc. Nesses casos, estamos a falar nos usos intencionais e nos propósitos que incentivam determinada pauta jornalística, como aponta Chaparro em suas observações empíricas sobre o fazer jornalístico.

Em suas pesquisas, ele, com a ajuda de metodologias de observação participativa, acompanha o dia-a-dia de algumas redações de jornal, desde a elaboração da pauta, passando pela coleta de dados, até a redação e publicação da notícia quando, então, as anotações do pesquisador são comparadas com o que foi efetivamente publicado (Chaparro, 1994). O professor acaba revelando, e seu estudo tinha como objetivo essa descoberta, que, na maioria dos casos, existe uma intenção proposital a incentivar determinadas reportagens ou apurações. Citando um exemplo, colhido em seu livro, há o caso de um racionamento de água em um bairro da capital paulista que somente “virou” notícia porque o editor do jornal morava no referido bairro e não estava satisfeito com o racionamento imposto pela prefeitura (Chaparro, *op.cit.*:29-33).

Chaparro confere ao componente intenção o valor de atributo de equilíbrio e unidade do bom texto jornalístico (13); a intenção seria a liga a fundir Ética, Estética e Técnica, em oposição ao propósito que, na Pragmática, está relacionado ao objetivo, à finalidade da ação. Cabe, então, breve distinção entre **intenção**, que significa tender, dirigir-se para algo, não indo além da ação, pois, faz parte dela, esgota-se nela, controlando o fazer e **propósito**, visualização ideal ou imaginativa de um plano ou o fim de uma ação (Santos, 1963), que se refere à finalidade pretendida, estando fora da ação, além dela. Em Van Dijk, uma ação caracteriza-se, principalmente, como a combinação de uma intenção a um fazer: uma intenção se refere unicamente à execução de um fazer, enquanto que um propósito se refere à função que este fazer ou esta ação podem ter (Van Dijk, 1983:85). Dessa forma, a maioria de nossas ações tem embutida um propósito, isto é, está direcionada para os resultados:

Por essa lógica, o propósito pode gerar uma intenção, mas o inverso não ocorre, porque a intenção é o elemento de consciência que controla o fazer. Esgota-se na ação, enquanto o propósito procura os efeitos (*Chaparro, op.cit.*:20).

A intencionalidade embutida na notícia, portanto, poderia ser assumida como um ponto de vista que o locutor assume em relação a um objeto ou um estado de coisas; há, na intenção do editor, ao provocar a matéria sobre a falta d'água, referida acima, uma postura de má vontade em relação à companhia de águas de São Paulo: a idéia era pegar a Sabesp na mentira, (...) mostrar como sinal de incompetência da empresa a desordem de um rodízio que não merece confiança (...). O que torna razoável admitir que a matéria só seria publicada se atendesse ao propósito de provar que a Sabesp mentia (*idem*:31). Na visão de Chaparro, se a intenção controla conscientemente a ação, ela impõe o caráter moral à ação, e esse caráter moral, por sua vez, deve estar conectado a um princípio ético orientador (*idem*:21).



Se na TAF a intencionalidade significa uma realização lingüística, um direcionamento para determinado estado mental ou de coisas, na notícia ela, invariavelmente, está conectada à linha editorial de determinado órgão de informação. Para Searle (1995), apenas alguns estados mentais são intencionais (crença e desejo) e esses estados psicológicos podem ser percebidos, claramente, nas notícias. Por exemplo, no caso da falta d'água mencionado, a manchete afirma: “A Sabesp mente sobre o rodízio” e um subtítulo procura confirmar a acusação: “Moradores de diversos bairros se surpreendem com a falta d'água não prevista pela empresa” (Chaparro, op.cit.:29). Percebe-se nesses dois títulos um estado mental a nortear as informações: a Sabesp é uma empresa mal administrada que engana os consumidores, ao não informar sobre o racionamento de água em determinados bairros da capital paulista. O propósito da matéria revela-se em fala do editor ao pesquisador: a Sabesp está iludindo a população e deveria admitir isso (...) eles até mandam releases dizendo que há alterações; mas não somos obrigados a publicar (...). Por que eles não compram um espaço? (idem:32).

Para uma teoria da notícia importaria encontrar o registro formal da intencionalidade, quer pela realização “indireta” de um outro ato subjacente quer pela identificação de uma “marca” autoral no relato pretensamente objetivo do repórter. Por isso, a técnicas de observação participativa constituem maneira segura e eficiente de se buscar os valores intencionais que motivam a produção de uma notícia, seja ela impulsionada por um acontecimento, uma idéia ou uma tendência. Mais que buscar essa intenção apenas nos motivos que levam a um acontecimento adquirir o estatuto de notícia – que as teorias do newsmaking conseguem elucidar teoricamente – , é preciso identificar, no trabalho do repórter e dos jornalistas envolvidos na produção da notícia, os propósitos éticos, os estados mentais de desejo e crença aí atrelados. Dessa forma, seguindo as pistas de Chaparro, na descrição da ação jornalística – a produção noticiosa – é imperiosa a atribuição de essencialidade ao componente intenção, no entendimento e na concretização dos fazeres jornalísticos (idem:116).

Por fim, a intencionalidade jornalística necessita do porquê (motivo), não do para quê (propósito), pois, a intenção controla a utilização das técnicas, inspira a criatividade dando direção à sensibilidade do repórter na produção do relato veraz. Entretanto, não basta que o relato seja condizente com o real, esteja de acordo com o que foi apurado, é necessário, também, a explicitação das intenções, pela evidência das relevâncias nos elementos de titulação e introdução do texto (idem:121), de modo a propiciar ao leitor a tarefa de decidir, livremente e com lucidez, se a mensagem interessa ou não.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTOS, José Luiz Martinez (1974). – Redacción Periodística: los estilos y los géneros em la prensa escrita. *Barcelona:A.T.E.*

ALSINA, Miguel Rodrigo (1996) – La construcción de la noticia. *Barcelona, Buenos Aires, México:Paidós.*

AUSTIN, J. L. (1990) – Quando dizer é fazer: palavras e ação. *Porto Alegre:Artes Médicas.*

BORBA, Francisco da Silva (1991). – Dicionário Gramatical de Verbos do Português Contemporâneo do Brasil. 2.ed. *São Paulo:UNESP.*



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

CALHOUN, Craig (ed.) (1994) – Social Theory and the politics of identity. Oxford:Blackwell.

CHAPARRO, Manuel Carlos (1994) – Pragmática do jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo:Summus.

HABERMAS, Jürgen (1996) – Between Facts and Norms. Cambridge:MIT Press.

MAIA, Rousiley C. M. (1999) – Pre-structuring the public sphere: media's communication and dialogic communication. Belo Horizonte (inédito).

McQUAIL, D. (1991) - Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 2. ed. Barcelona:Paidós.

MONTERO, M. D. (1993) – La información periodística y su influencia social. Barcelona:Labor.

OLIVEIRA, Valdir de Castro (1996) – Os moinhos de papel: um estudo sobre a narrativa jornalística, o repórter e a cidadania na imprensa belo-horizontina. São Paulo:ECA/USP (tese de doutoramento).

RODRIGUES, Adriano Duarte (1990) – O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa:Veja, pp.27-33.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1993) – Estratégias da Comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa:Presença.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1999) – Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação. 2.ed.Lisboa:Presença.

SANTOS, Mário Ferreira dos. (1963) – Dicionário de Filosofia e Ciências Culturais. São Paulo:Maltese.

SEARLE, J. R. (1984) – Actos de fala. Coimbra:Almeida.

SEARLE, J. R. (1995) – Intencionalidade. São Paulo:Martins Fontes.

SOUSA, Jorge Pedro (1998) – Fotojornalismo Performativo. O serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação. Porto:Universidade Fernando Pessoa.

SOUSA, Jorge Pedro (2000) – As notícias e os seus efeitos. As “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Coimbra:MinervaCoimbra.

THOMPSON, John B. (1998) – A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia. Petrópolis:Vozes.

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

TRAQUINA, Nelson. (org.) (1999). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa:Veja

VAN DIJK, Teun A. (1983) – La Ciencia del texto. Barcelona, Buenos Aires:Paidós.

VAN DIJK, Teun A. (1990) – La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, Buenos Aires:Paidós.

WATZLAWICK, Paul, BEAVIN, Janet H., JACKSON, Don D. (1991) – Pragmática da Comunicação Humana. São Paulo:Cultrix.