

## **Captura (privada) de um encontro (público) Descuido de Chico ou vitória do *paparazzo*?**

Antônio Fausto Neto\*

### Resumo

A partir de determinado material jornalístico, reflete-se sobre os fundamentos que orientam as estratégias jornalísticas que envolvem a cobertura de registros da vida de “olimpianos” em circunstâncias públicas. Mostra-se que as operações enunciativas postas em prática não questionam os modos de dizer do jornalismo, ao não fazer interrogações sobre as fronteiras que delimitariam as noções de público e do privado.

### Palavras-Chave:

Discurso jornalístico

*Paparazzo*

Chico Buarque

Economia da Exibição

Esfera Pública

Jornalismo de celebridade

### Introdução

Um encontro envolvendo, em cena amorosa, o cantor Chico Buarque de Hollanda e Celina Sjustedt, nas águas da praia do Leblon, Rio de Janeiro, capturado pelas imagens fotográficas de um *paparazzo* (Fábio Cordeiro), foi o grande registro jornalístico, transformado em matéria de capa da "imprensa de celebridade", nas suas edições de 3 de março, deste ano. Em operação que mostra os meios de comunicação afetando uns aos outros, o acontecimento desdobra-se, através de operações interdiscursivas (Verón, 1998: 8), também na mídia de referência, inserindo-se nas mais diferentes secções - da reportagem às colunas especializadas - dele ocupando-se, também a mídia semanal, a partir de perspectivas interpretativas e críticas, como é o caso do ombudsman.

A matéria nasce a partir de operador deste complexo sistema de produção midiática, o fotógrafo-*paparazzo*, que entre o misto de um curioso e de um apropriador de imagens das pessoas célebres, faz chegar às redações, pelo seu duvidoso e polêmico trabalho, imagens que registram o encontro do cantor com uma com uma mulher(?), cuja identidade não acompanha o material fotográfico. Tal falta de referência - algo importante para as rotinas curiosas da mídia - serve para que esta modalidade de jornalismo dispare sua "ação investigatória", no sentido de, afinal de contas, saber de quem se trata a "nova companhia de Chico"(Contigo, 03.03.2005), ou ainda "quem é a morena de Chico Buarque?" (Contigo, 10.03.2005). O grande feito do fotógrafo foi, abrigado sob a coberta de telefone público, o

\* Colaboram na produção deste artigo, através da coleta de materiais, os bolsistas Mariana Bastian e Clovis Okada.

de flagrar o comportamento do cantor, cujos signos tratariam assim de desfazer uma característica do estilo de vida desta grande personagem da vida cultural brasileira, a discrição que impunha à sua vida pessoal e sentimental. Mostrar Chico, estampado nestas condições serve para justificar o êxito de um pilar do discurso jornalístico, ou seja, provar, segundo seus cânones, que os limites do privado e do público, são praticamente inexistentes. Para tanto, fazê-lo através de determinadas operações enunciativas que se ancoraram na esfera da linguagem, e mais especificamente, via construções retóricas que tratavam de colocar o cantor num outro lugar, a esfera pública midiática, significa dizer que somente os poderes de dizer e de mostrar da mídia seriam capazes de provar que "Chico Buarque sai da Toca" (Quem Acontece, 03.03.2005).

### **1. Os fundamentos da captura**

Do ponto de vista de teorias, deontologias e *habitus* inerentes a um certo jornalismo, a cobertura da saída da toca de Chico, desde a captura do fotógrafo até a publicação de matérias em diferentes setores da mídia, é explicada por plausíveis justificativas que lembram, dentre outras coisas, que o jornalismo vive assim mesmo, destas circunstâncias que lhe são proporcionadas pelo mundo das suas fontes, ou daqueles que constituem a matéria prima de sua existência. Alega, para assim agir, o tão sagrado compromisso com o leitor, o qual se é matizado sobre reiterados compromissos de fidelidade, instituem-se, portanto, em princípio paradoxal. O trabalho de construção das realidades ofertadas aos leitores não envolve indagações de ordem ética, para além das disposições em torno das quais se organizam as estratégias de coberturas. Estas se fundam em ideologias de "valores-notícias", ou pressupostos que tratam de naturalizar questões fundamentais que envolvem em última a análise, os princípios sobre os quais se norteia o caráter da ação pública do jornalismo em lidar com a vida das pessoas, estas ainda que sejam permeadas por notoriedade, mas que, em última análise, são ações de natureza privada.

Nosso interesse, pelo presente texto, visa, portanto, ir um pouco além dos efeitos gerados por esta compreensão que a própria teoria jornalística acena para os seus leitores, ao refletir sobre os princípios que orientam o processo da noticiabilidade. Num primeiro momento, chamar atenção para os efeitos que têm determinados argumentos da produção da mídia jornalística, a de orientar seu modelo de produção sobre princípios justificativos de auto-referencialidade (Luhmann, 2002). Ou seja, a enunciação jornalística se volta mais para relatar o processo midiático de fabricação da realidade, do que a realidade em si (Fausto Neto, 2005). Num segundo passo, pretende-se, ao descrever o dispositivo enunciativo do "jornalismo de celebridade", salientar o fato de que o mesmo repousa sob uma "lógica investigatória", cuja prova de sua ação se funda apenas na lógica da exibição daquele que captura, para a qual os limites do público e do privado não estabelece limites e nem restrições.

Para tanto, à luz dos próprios materiais da cobertura deste assunto, procuraremos destacar ângulos, estratégias e dados da cobertura do "Caso Chico" e que chamam atenção para diferentes operações de sentido realizadas sob o manto de noções internas atribuídos a um determinado processo de noticiabilidade.

### **2. A captura: estratégias e processos**

O registro nasce num determinado suporte de mídia jornalística, cuja noção dominante do seu "contrato de leitura" é falar da vida de pessoas célebres, mediante uma

prática de jornalismo denominado por "jornalismo de celebridade", e que é teorizada por seus próprios fundamentos: "A cobertura da vida das celebridades em Contigo!" se pauta pelas normas mais elementares do bom jornalismo. Isso inclui a apuração criteriosa das informações e o compromisso de não esconder ou omitir fatos de interesse relevante para os leitores e as leitoras. (...) A curiosidade pública pela vida das celebridades é um fenômeno incontestável do mundo contemporâneo. As celebridades (...) são, portanto, alvo legítimo do trabalho jornalístico. É isso que faz hoje Contigo! tão diferente das demais publicações do gênero. Enquanto em outras revistas a exposição de celebridade é concedida, ou seja, previamente combinada com a pessoa famosa, em Contigo! prevalece a apuração criteriosa de informações de bastidores que são do interesse dos leitores. (Jornalismo de Celebridades, "Por que Contigo! publicou as fotos de Chico Buarque" - Contigo, 2005: 41).

O que é aqui é atribuído ao interesse dos leitores, no caso, são aspectos das vidas das celebridades sejam elas quais forem e praticados não importa onde, dimensão que para este tipo de noticiabilidade abole as fronteiras do que seria da ordem do público e do privado.

O fundamento deste modelo se apóia numa idéia de apuração e que se estrutura em torno da existência de um dispositivo e que todos sabem, da sua referência, no caso o fotógrafo que está a espreita da presa, conforme diz o próprio Chico: "Olha, eu ando todo o dia na praia. Os fotógrafos me conhecem, porque sempre estão de plantão lá, nem, param mais para me fotografar. Eles já estão cansados de me ver andando de um lado para o outro. Eu nem estava mais interessando mais" (Quem Acontece, 04.03.2005). O processo de captura conta com o apoio de informantes, pessoas que vendem produtos ou, que freqüentam o calçadão, cúmplices da investida, e quem atesta é a própria cobertura da mídia, ao narrar o "flagra" feito pela parceria do *paparazzo*: "Pelo menos um dos vendedores de cerveja e refrigerante de uma das tendas nas imediações diz conhecer a jovem: não sei o nome dela. Não é famosa, mas também não é estranha na área. Às vezes, vem acompanhada de duas amigas. É a primeira vez que eu vejo o Chico com ela, diz o ambulante (...) Ele prefere ficar caminhando, geralmente vai ao arpoador, completa um banhista acrescentando que Chico costuma andar sozinho ou acompanhado de um amigo. O vendedor de uma das barracas (...) confirma que a jovem costuma ir à praia naquela local. O nome dela é Renata, diz". (Contigo!, 03.03.2005).

As interpretações sobre o flagrante feito são, pelo menos, de duas ordens, comenta a revista, ao explicar o método da apuração: Segundo o primeiro aspecto, "as fotos nasceram de um descuido de Chico - que sabia da presença dos fotógrafos naquele território" (IstoÉ Gente 16.03.2005). O segundo aspecto desmente, em parte, o primeiro: "No dia 25 de fevereiro, às 14h30, Celina e Chico foram flagrados num *revival* do romance, que recomeçou recentemente, em pleno mar do Leblon pelos fotógrafos Fábio Cordeiro e Edson Teófilo. *Paparazzi* profissionais, eles passam o dia entre a praia de Ipanema e do Leblon em busca de imagens de celebridades. Chico não acreditava que pudessem ser flagrados porque, ao contrário do habitual, não estava caminhando no calçadão, mas na areia. (IstoÉ Gente, 14.03.2005). Chico sabia da existência dos fotógrafos, mas julgava, não ser mais ele objeto do desejo deles, já que admitia ele, pertencer - como os fotógrafos - a uma comunidade permeada pelas rotinas dos seus habitantes. Mas é o próprio fotógrafo quem explica a racionalidade do seu método, segundo relato de uma revista: "Naquela sexta-feira 25 de fevereiro, Cordeiro não precisou esperar muito - às vezes faz plantão de até oito horas. Uma babá deu a dica. Chico estava na área e ela também queria fotografá-lo. Ele ficou observando o cantor tirar o tênis, cumprimentar uma moça e ir para o mar. Logo em

seguida, a moça mergulhou, eles conversaram, se abraçaram, se beijaram e saíram da água e mãos dadas. E o fotógrafo registrou tudo. "Invasão de privacidade é quando você tem que vencer um obstáculo ou entrar em propriedade privada". (IstoÉ Gente, 16.03.2005). Na declaração do fotógrafo está embutido um conceito peculiar de esfera pública e que é associada a uma noção topográfica de território. Neste caso, para ele a noção de privacidade está associada a comportamentos que são praticados com a existência de limites físicos impostos à curiosidade de outrem. Não sendo isso, tudo o que está fora, está sujeito a ser devassável e objeto passível de qualquer manifestação de apropriação. Ao deixar o calçadão para caminhar na areia, Chico, na perspectiva da apuração fotográfica, não impunha restrição à apuração. Nesta circunstância, não havia fronteiras: por ter uma atividade notória, nada das motivações do cidadão, seus atos movidos por sua subjetividade, não estariam envolvidos, da perspectiva do fotógrafo, numa névoa própria, um obstáculo crucial, que é a vida privada de alguém, ainda que suas manifestações de comportamento se passem numa determinada dimensão da esfera pública.

### **3. A economia enunciativa da exibição: "quem é essa mulher?"**

O indevassável, mas agora flagrado Chico na companhia de uma mulher, é deslocado para outra cena, a das mídias, cujos processos retóricos tratam, por assim dizer, de continuar o trabalho do *paparazzo*, primeiro passo dado assim pelo por esta instância do dispositivo de produção de sentido midiática. Aqui não se trata de dar conta do inevitável desafio que se impõe ao processo jornalístico, qual seja o de narrar um "acontecimento perdido", e que teria sido suprimido pelo processo estabelecido na transação entre fonte e jornalistas, e por outros mecanismos que tornariam a noticiabilidade um processo sempre incomodado pela incompletude. Neste episódio não se trata de recuperar o que se perdeu (ainda que o que aquilo que não está lá no registro, seja irrecuperável), mas de nomear o acontecimento, por um senso investigatório, que trataria assim de submeter o acontecimento a uma "gramática de produção, cuja conseqüência seria a de produzir um acontecimento orientado, pois "o acontecimento é inseparável do seu dispositivo de observação" (Mouillaud, 1997: 66). Neste caso, o dispositivo precisa submeter os registros que procedem do trabalho devassável do fotógrafo a uma territorialização e a nexos de explicação, segundo os termos e as expectativas do sistema de produção de sentido deste modelo de mídia. Pois como diz ainda Mouillaud, "cada jornal – e cada tipo de jornal – pode ser considerado como uma expectativa de acontecimento. Desenha em torno de si um campo do acontecimento, segundo temporalidades que sejam igualmente por eles definidos". (Mouillaud, 1997: 75/76).

O encontro de Chico com uma mulher, no contexto da esfera pública da produção jornalística precisa, inicialmente ser nomeado, ganhar uma "retranca" para que ele possa ser desdobrado pelas complexas operações intermediáticas. Se o pano de fundo, "são os interesses do leitor", ávidos por saber da vida dos seus olímpianos - para assim aprofundar com eles possíveis laços identificatórios - o que se destaca segundo exame do material aqui analisado, é a apropriação do fato por diferentes gramáticas de produção de várias mídias. Gera-se, como conseqüência, um processo de afetação entre elas, circunstância em que nada dele possa sobrar, permanecendo assim sem nomeação, sem as distintas representações feitas por uma e outra gramática. Para aí se chegar é preciso, contudo, que a "saída da toca, por parte de Chico", seja, desde logo, acolhida pelas regras retóricas midiáticas. E, para tanto, inevitavelmente, ele pertencerá à família dos "casos". A noção de caso aparece associada "como algo que sucede a nível individual ou micro social e que é

exposto mediante uma estrutura discursiva basicamente narrativa (...) (Ford, 2002: 246). Algo que remete à descontinuidade da vida, mas que na esfera da mídia deve ser necessariamente hierarquizado, ainda que o mesmo se mova de "maneira errátil na agenda ou nas seções das mídias (...). E dentro de cada um destes suportes, constituindo ou modificando diferentes gêneros e formatos" (Ford, 2002? 249).

E assim, sem atores, não há casos, sobretudo quando uma mulher a ser identificada é um prato "cheio" para aventura investigatória jornalística.

Assim, num primeiro momento, "uma companhia feminina, uma bela morena", cujas características são mostradas pela riqueza das imagens, diagramadas na edição de Quem Conhece (04.03.2005). Além da capa, em três outras páginas, na disposição de "foto-seqüência", carimbadas com o selo de inédito, o que lembra estratégia gráfica dos velhos tempos das regras editoriais que caracterizam as edições da, dentre outras, revista Capricho.

As fotos perdem a exclusividade e migram para revistas similares à gramática de produção de Quem Acontece, no caso Contigo!, que estampa um fragmento do encontro dos dois no leito das águas do Leblon. Se Chico é nomeado como um operador de identificação que vai gerando a noção da seção atribuída às páginas internas, a mulher(?) da foto, por enquanto, "apenas sua nova companhia". Segundo os títulos da matéria de páginas internas, "A garota do Leblon", num recurso a uma operação enunciativa que visa atualizar, pelo mecanismo do efeito de reconhecimento, a lendária figura da "garota de Ipanema". Também é associada, segundo o texto legenda das fotos que povoam as páginas inteiras da edição, a uma "bela morena". Mas o senso investigatório avança, e em número seguinte de Contigo! pergunta e, ao mesmo tempo, promete dizer "Quem é a morena de Chico Buarque" (10.03.2005). Faz emergir novas cenas do caso, traz imagens da mulher, em fragmentos fotográficos de um real onde a mesma é capturada pelo trabalho jornalístico. Agora ela é nomeada: chama-se Celina, seu estado civil é revelado, ao lado de uma entrevista atribuída a seu marido, sob a etiqueta da matéria exclusiva. Já não é mais o trabalho do *paparazzo*, mas seus efeitos sobre a construção do caso. Na matéria interna, o nome da mulher (Celina Sjosted) vira o operador de identificação da página da cobertura, mas também como resposta ao título da matéria "A morena de Chico". Ela é agora rastreada em outras operações enunciativas e, neste sentido, o caso é levado ao seu auge, via mistura de aspectos privados e públicos, que têm na mídia o lugar desta peculiar crônica. Para tanto, a estratégia da cobertura traz à tona a fala do marido. A revista opera como um dispositivo de uma conversação de vida privada, que desta forma se desdobra na esfera pública, segundo os parâmetros da operação midiática. Para tanto, é também mediadora do que seria uma espécie de recado do marido, uma possível uma manifestação dirigida a Chico, cujo teor de referência à vida privada do casal sinaliza algo que ele, Chico, deveria saber: "Ricardo Duna Jostedt - Ele sabe que ela é casada comigo". (Contigo!, 2005: 38).

O caso permanece no âmbito do "jornalismo de celebridades", que transita inevitavelmente para derivações sensacionalistas, com a revelação do que seria o ápice de sua estratégia investigatória. IstoÉ Gente, uma espécie de encarte da revista IstoÉ, em sua matéria de capa, se vale ainda de restos das imagens profusamente publicadas ao longo da semana por seus concorrentes, mas desta feita para, via estrutura argumentativa própria, desnudar o caso. Fixa-se numa imagem de capa que mostra e Chico e a mulher, saindo da praia e mãos dadas, e que serve para não só provar, mas para detalhar o que propõe o título principal da edição: "O Romance Proibido de Chico Buarque". Mas não se trata de qualquer romance, no meio de especulações, a revista realiza duas operações: qualifica o romance como proibido, mas, ao mesmo tempo, avoca a si o direito de desvendá-lo. Exibe

as fotos com marcas que identificam seus personagens, Chico e a mulher, de mãos dadas, para todos verem segundo a testemunhalidade midiática. Esta não fica aí, na medida em que diz algo mais sobre a mulher, enquanto protagonista deste tipo de romance. Não mais (ou apenas) uma companhia, bela morena, ou a garota do Leblon, mas conforme revela outro título da edição, na própria capa, uma personagem real do romance proibido: Celina Sjostedt, casada, dois filhos. A testemunhalidade segue sua trajetória, quando o discurso jornalístico além de cenificar o "romance proibido" transforma-o em narrativa: "a história do romance de Chico Buarque e Celina Sjostedt, mãe de dois adolescentes, casada há 15 anos com um músico dono de um estúdio que o compositor já frequentou". (IstoÉ Gente, 14.03.2005). Apóia-se em operações discursivas que misturam poesia, literatura, música e jornalismo, ao construir o título da matéria parodiando letras musicais do próprio Chico: "Ricardo amava Celina, que amava Chico". Coloca o marido de Celina, através de uma entrevista, no centro da atenção do caso, via a prática do jornalismo de investigativo, trazendo à cena pública pormenores da sua vida conjugal. Permite a inserção de vozes de outros campos que se pronunciam, numa espécie de "galeria de opiniões", sobre o caso trazendo à baila, o que poderia ser ressonâncias de uma doxa.

#### **4. A conversação inter-midiática**

O caso não fica restrito a esta imprensa especializada e ganha outros fóruns, como a própria mídia de referência, através de matérias, reportagens e colunas. Desdobra-se em novos casos, por exemplo quando o acontecimento vira objeto no qual se reflete sobre a legitimidade deste tipo de ações investigatórias da vida privada. A revista VEJA, editada, como Contigo! pela editora Abril, faz uma defesa militante do poder de mostrar ações investigatórias desta natureza, ao reproduzir a fala do editor daquela revista, justificando a matéria: "pessoas como Chico Buarque são expostas à curiosidade pública e têm perfeita noção disso. Tanto que contratam empresas de gestão de imagem ou assessores de imprensa, como o faz, aliás Chico Buarque. Se ele próprio não teve preocupação de se preservar, sendo fotografado à luz do dia, em um local movimentado, por que nós teríamos de preservá-lo" (Operação Abafa, Veja, 02.03.2005). Convida, de modo irônico, o leitor a perfilar fileiras em defesa vida privada, contra os arroubos jornalísticos, aos sugerir que "se o jornal que você lê concluir que se trata de uma invasão indevida na privacidade alheia, exija que ele cancele todas as colunas sociais e de fofocas. Também não admita que a publicação dê espaço no noticiário para de assuntos como casamentos, namoros e separações" (Veja, 02.03.2005). A auto-reflexão jornalística trata a questão de modo reducionista, pois sabe que o leitor não tem poder de fechar jornal, mas supõe, certamente a existência de outros mecanismos e de outras maneiras através das quais o leitor define os padrões de fidelização ou, não, a um determinado "contrato de leitura" proposto pelo suporte midiático.

Sua concorrente a IstoÉ, embora tenha acompanhado no seu encarte "IstoÉ Gente" a mesma modalidade de cobertura da imprensa de celebridade e se coloca no lugar de organizador de um debate público sobre o caso: acolhe a fala do marido de Cecília, na forma de entrevista e abre espaço para registros de outros discursos, como o de peritos em fitas e outros expedientes que assinalam a limites da vida privada diante dos dispositivos dos mídias. Analistas da própria mídia também são ouvidos.

Na esfera do columnismo, o caso toma também formatos específicos: Joyce Pascowitch questiona os limites do exercício da vida, por pessoas de notória importância na esfera pública, compreendendo a noção de que o comportamento da vida privada está

necessariamente associada a limites impostos e/ou exigidos pelos convencionalmente chamado de ambiente público: “seria o mar do Leblon, o melhor lugar para uma pessoa famosa brincar de namorar?” (FSP, 07.03.2005). A defesa da privacidade é defendida por ponto de vista jurídico em artigo escrito para jornal gaúcho: “O consagrado e tímido artista (Chico) é, sem dúvida, pessoa notória. Contudo, nem por isso de privacidade escancarável onde ausente, sádico e autêntico interesse público. Não obstante a fama adquirida, por certo tem o simpático versejador - que além do mais não pediu o estardalhaço, nem o favoreceu - a prerrogativa de ver mantidas na clandestinidade as relações, estritamente particulares, com amigas ou inimigas”. De mais e mais, para agravar, no caso o relacionamento envolvia uma terceira, senhora anônima e não-notória, casada até, relativamente a quem os direitos à privacidade e à imagem eram absolutos”. (Informação e privacidade, Manuel Alceu Affonso Ferreira, Zero Hora, Porto Alegre, 12.03.2005).

Mas o “descuido de Chico” (assim alcunhado o fato por seu assessor de imprensa em carta enviada à revista Veja (Contracapa, Roger Lerina, Zero Hora, Porto Alegre, 09.03.2005) é também examinado pelo ombudsman da influente FSP que em posição de magistrado situa o caso, diante de duas observações: “cabe ao próprio Chico Buarque zelar por sua privacidade e a de sua companheira de banho. Ao se dispor a namorar numa praia, no meio da tarde, é claro que estava sujeito à curiosidade das pessoas e aos flagrante da imprensa. Acho compreensível que publicações que vivem do acompanhamento de artistas e celebridades se interesse pela foto” ( FSP, As fotos de Chico, 06.03.2005). Mas aprofunda, na segunda observação o debate com argumentos mais analíticos que ultrapassam o ponto de vista genérico sobre os direitos de dizer não importa o que, em não importa em que tipo de circunstâncias, defendido pelas mídias. Analisando um certo tipo de mídia, os jornais chamados de referência, ele observa como “os jornais chamados sérios como devem, se comportar? Não é uma resposta fácil. Primeiro porque os próprios jornais reconhecem que estão chatos, pesados e precisam mudar. Em que direção? Segundo, porque precisam ampliar e renovar seu leitorado e tem disputar o jovem com as TVs, a internet, as revistas de entretenimento. Terceiro, porque há uma pressão cada vez maior por esse tipo de cobertura considerada leve e inconseqüente. “A saída apontada pelo ombudsman está, além do questionamento do problema a partir de variáveis inerentes ao próprio sistema de produção do jornalismo moderno, que disputa o leitor, de qualquer maneira. Está em não se renunciar ao poder de dizer, midiática, mas no modo de fazê-lo. Segundo ele, desde que seja uma história que valha a pena contar. Não vi isso nas fotos de Chico”. (As fotos de Chico, Marcelo Beraba, FSP, 06.03.2005).

### **Notas de conclusão**

O material aqui discutido sugere propor que problemáticas enfrentadas e/ou provocadas pelas coberturas nem sempre podem ser explicadas á luz interna das teorias que orientam os processos de noticiabilidade. Isto pelo fato de que as mesmas repousam sobre convicções que colocam em questão certos pressupostos, que se assim examinados, possibilitariam auto-reflexões mais analíticas sobre a pragmática desta modalidade de discurso. O não reconhecimento de fronteiras à investigação sobre a privacidade, por parte do jornalismo, gera como efeito o fato de que as pessoas, passíveis desta modalidade de investigação, sabem da sua condição de estarem subordinadas a este modelo de vigilância. Ou reagem, naturalizando a sua existência, conforme sugere a postura de Chico acima comentada, ou então sinalizando comportamentos que negligenciam sua presença, conforme lembra a nota do assessor, ao confessar que Chico foi vítima de seu próprio

descuido. As duas reações permitem concluir que voluntariamente, ou não, os personagens “olimpianos” são “presas” de sua estrutura de produção. De maneira autorizada, ou de forma passiva, submetem-se a este modelo de enunciação jornalística que se estrutura na lógica da exibição, que tem como característica uma economia discursiva a qual ninguém pode recusá-la ou dela se desviar, mesmo sabendo do seu modo de funcionar. “Hoje a questão é exibir.(...) O olhar é, hoje, esta espécie de torturador diante do qual nada pode ser dissimulado. Nosso jornalismo dito de investigação se deleita freqüentemente com os caçadores de assuntos escabrosos e com a exibição. Para grande alegria, parece, o leitor feliz em ouvir que determinado homem poderoso tem uma amante: o belo escândalo! que ele tenha uma vida privada ou não, em que isso envolve ou determina a sua ação política e as posições que tomou? Ao mesmo tempo, há infantilismo nessa *pan-escopia* (...).“Não há mais limite algum à exigência de transparência” (Melman, 2003: 23/24). O que nos prepara o jornalismo nesta realidade cuja responsabilidade discursiva não se interroga sobre seus efeitos, e sua validade, para além das noções que orientam o seu modo deontológico de operar seus modos de produzir realidades, a fé em suas próprias regras de produção de sentidos. Este modelo de operação das mídias está associado também a uma nova forma de retórica que se articula às especificidades dos próprios dispositivos técnicos midiáticos. Daí resulta a retórica da mediatização que cria um novo modo de crer naquilo que oferece aos leitores. No dizer de Fidalgo: “A retórica mediatizada tematiza as modificações que os meios de comunicação operam nos processos persuasivos.” (Fidalgo, 2005: 3) Certamente, que esta não é uma questão que deve interessar apenas aos acadêmicos, ou críticos do jornalismo. Mas, também, aos que têm obrigação de explicar seus atos junto àqueles com quem mantêm vínculos na sua prática cotidiana, seus leitores.

### **Bibliografia**

- FAUSTO NETO, Antonio. *O jornalismo e os limites da interpretação*. Discursos 1. NUPEC. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- FIDALGO, Antonio. A retórica mediatizada. Paper UBI, Covilhã, 2005.
- FORD, Aníbal. *La marca de la bestia*. Buenos Aires: Norma editorial, 2002.
- LUHMANN, Niklas. *La realidad de los mass medias*. Madrid: Anthropos, 2002.
- MELMAN, Charles. *O Homem sem gravidade Gozar a qualquer preço*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2003.
- MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal da forma ao sentido*. Brasília: Editora Paralelo 15, 1997.
- VERÓN, Eliseo. *Semiosis de la mediatización*. Paper. Media and social perceptions. Universidade Candido Mendes. Rio de Janeiro, 1998.