



XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:

Jornalismo e realidade mediada

Trabalho apresentado ao NP 15 – Semiótica da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

Gabriela Pavanato Sardinha Rissoni

Docente do Centro Universitário Nove de Julho – UNINOVE – São Paulo

Jornalista, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, coordenadora e docente do curso de Jornalismo do Centro Universitário Nove de Julho. E-mail:grissoni@uol.com.br

Resumo

Este trabalho é uma análise sobre a prática jornalística, enfocando a questão da realidade como um processo de semiose, segundo a qual um signo se transforma em outro infinitamente, a partir dos recortes que os diversos atores envolvidos na produção de cada reportagem farão sobre o objeto. A reflexão é uma proposta que procura desvincular a busca do real de questões essenciais à orientação jornalística, como imparcialidade, objetividade e honestidade, tratando o acesso à realidade por meio dos signos como o único possível e apontando a divulgação da versão do fato como resultado natural e indissociável da semiose.

Palavras-chave

Jornalismo; Semiose; Realidade; Mediação.

Corpo do trabalho

Enunciar a realidade é uma busca que jornalistas empreendem diariamente. Em jornalismo falar sobre realidade é elementar, já que é do cotidiano e da organização social que o jornalista retira sua matéria-prima. Sobre a prática jornalística é possível questionar: é a realidade que baseia o jornalista em suas matérias ou são as matérias veiculadas nas mídias que ditam a realidade? Porque a construção da realidade pode ser um processo lento e organizacional, que irá depender dos elementos que dela participam, para determinar os fatos que a construirão. Mas uma pergunta surge vigorosa: o que é realidade? Muitas linhas teóricas procuram responder a essa pergunta, mas é a Teoria dos Signos, ou Semiótica, de Charles Sanders Peirce que vai embasar esta reflexão. A partir do conceito de recorte da realidade, da realidade como signo, do jornalista como signo e também das suas matérias como signos, voltar um outro olhar à realidade para vermos como ela se constrói e o que se tem estampado diariamente nas páginas, telas, ondas e demais formas de expressão da linguagem jornalística na mídia.



A idéia é que, ao se refletir sobre a concepção de realidade, se possa compreender melhor o que se apresenta todos os dias, como espelho do mundo.

Clóvis de Barros Filho¹ explica que o Jornalismo, como técnica informativa, está construindo dia a dia o panorama noticioso do mundo que nos rodeia, fazendo do caos um cosmos noticioso e perfilando uma paisagem, um espaço cultural interposto que, de alguma maneira, constitui a *imago mundi* para os públicos receptores. Para ele, espaço e tempo – o tópico do jornalístico “aqui/agora” – enquadram a atualidade noticiosa, delimitando e perfilando com suas mensagens o âmbito em que nos movemos. São, segundo ele, impostos como um telão cênico.

Esse seria o modelo de como a Imprensa retrata o espaço e tempo, moldando um simulacro da realidade. Assim, por afetar a vida comunitária, os problemas da prática jornalística se expandem além de seus domínios e se tornam de interesse público.

A realidade como verdade

Em Jornalismo os conceitos de verdade, objetividade, imparcialidade e honestidade substituem uma única busca: a da realidade. Na impossibilidade de compreendê-la e de apreendê-la substitui-se e fragmenta-se o real. Juarez Bahia² comenta que as responsabilidades do jornalismo são independência, veracidade, objetividade, honestidade, imparcialidade, exatidão e credibilidade. Para ele, veracidade é uma noção mais útil do qualquer outra de verdade já que a verdade que se apura é, geralmente, a veracidade que se publica, mas não é a última verdade e nem sequer a verdade definitiva: “a verdade reclamada por um veículo, em editor ou mesmo uma opinião pública pode não ser toda a verdade. De fato, em geral, ela é apenas uma parte ou uma versão da verdade. Na realidade, a verdade no jornalismo é um ideal tão questionado quanto a verdade na Justiça”, completa o autor.

A explicação fornecida por Bahia apenas evidencia uma confusão que permeia os meios de Imprensa; sem compreender a que se tem acesso e na ânsia de transmitir “a realidade”, os conceitos se alargam, mas não determinam uma abordagem eficaz sobre a realidade possível de se retratar. Ao se nomear tradutora da realidade, a linguagem jornalística traça a trama da credibilidade; quanto mais “real”, mais “confiável” é o veículo de comunicação.

¹ C.B.Filho, *Ética na Comunicação*, 1995, p.109.

² J. Bahia, *Jornal, História e Técnica*, 1990, p.11.



Efeito de realidade

Em relação à tarefa do jornalismo, Lúcia Santaella³ expõe que, ao se crer reprodutora do real, com as ferramentas de uma observação crua do presente em estado bruto, a literatura viu seu desejo de transparência realista denunciado como ilusão de ótica nos falseamentos em que caiu o naturalismo. Por outro lado, obrigada a vir cedendo ao jornal uma tarefa que este, por sua própria natureza, podia mais eficazmente realizar (no seu registro dos acontecimentos na dinâmica mutável e auto corretora do dia-a-dia), a literatura descobriu nas raízes de seu auto questionamento a consciência do seu ser-linguagem: o realismo do discurso. “O jornal por seu lado, após um primeiro momento (suas faces ainda artesanais) de importação de beletrismo literário, foi gradativamente desenvolvendo seu próprio know-how (pós-industrialismo) buscando para si uma imagem de objetividade, economia e imparcialidade que o mosaico jornalístico parecia realizar, satisfazendo a necessidade de condensação informativa e fornecendo ao leitor doses cotidianas para sua reserva de acontecimento”, conclui Santaella.

Santaella inova o conceito de jornalismo discutir a busca da imparcialidade que, na concepção de Bahia, é uma das responsabilidades do jornalismo. Para Santaella, o jornalista não é apenas aquele que escreve, ou que configura mensagens, mas aquele que, para tal, deve ser não um espectador impessoal, mas um decodificador de fato, isto é, o leitor da trama (linguagem) do real. O jornalista, ao procurar a imparcialidade, delega sua voz a outros, procura personagens do real revestidos de autoridade para dar opiniões, testemunhos, mas ao recortar a entrevista, o faz segundo seu mapa de mundo. Para Bahia, o jornalismo pretende ser testemunha da história a partir da publicação dos fatos. De acordo com ele, esse é uma aspiração mais modesta do que a de reconstruir o mundo pela simples difusão da notícia. O autor completa dizendo que a imparcialidade é um ideal. Para Santaella, é preciso nos lembrarmos que os fatos e o papel que os registra compõem o cotidiano dos jornalistas, o que deveria permitir a entrada diária no jornal e entre os jornais de uma função corretoras de seus auto enganos diante dos acontecimentos. Ela ainda destaca que “só isso libertaria o jornal de seu mito de verismo, substituindo uma visão apaziguadora ou pseudocrítica do real pela

³ L. Santaella, Cultura das Mídias, 1996, p.52.



consciência de que o jornal propõe uma organização mutável de dados provisórios dia-a-dia na busca de uma verdade que recua porque seu encontro é a sua busca”.

Ao dialogar com a premissa jornalística da imparcialidade, Santaella nos aponta para necessidade de rever os princípios que ditam as práticas jornalísticas. É nesse ponto que a compreensão da realidade enquanto signo modifica o conceito e a busca que se faz dela, além de separar a realidade da verdade já que esta é sempre inatingível porque um signo sempre gera outro. Ao ser determinada pelos manuais de práticas jornalísticas, a busca da realidade, objetividade e imparcialidade gera um efeito de manipulação dos fatos. Ao mesmo tempo, ao se tornar editor, diretor, chefe de redação, ou seja, ao dar as notas do veículo de comunicação que dirige, o jornalista cria o mito do irrepreensível e, ao se colocar como observador social, que cobra e analisa as obrigações do estado, continua alimentando essa noção de realidade. Os *slogans* que adotam para si, denotam essa característica: “jornalismo verdade”, “a realidade como ela é”, “a transmissão dos fatos a todos os momentos” etc. A principal ferramenta para essa persuasão social é a linguagem jornalística.

Há na linguagem a oferta de estratégias que promovem o efeito de real, encarnando a referencialidade em procedimentos discursivos. Segundo Roland Barthes⁴, na história “objetiva”, o “real” não é mais que um significado informulado, arbitrado por trás da aparência toda poderosa do referente. Esta situação define o que poderíamos chamar de efeito de real. Mayra Rodrigues Gomes⁵ acredita que no jornalismo trata-se mesmo da construção da verossimilhança como podemos constatar na torção dos elementos que vêm dar testemunho, e que o jogo de credibilidade se joga sobre o sucesso da referencialidade exposta.

A argumentação sobre o real em jornalismo ocupa lugar de destaque. Nessa discussão abrem-se duas partes contrárias: uma na defesa do real possível, testemunhal, objetivo, e outra na versão do real mediado, recortado, filtrado e principalmente ancorado em posições externas que facilitam a recuperação do fato em termos de acontecimento.

O real em jornalismo está associado à credibilidade e esta à fidelidade de reprodução do fato. Ser fiel ao testemunho é narrar sobre o real; é quase como um ideal de se eliminar a mediação. No entanto, construir reportagens é criar uma realidade que

⁴ R. Barthes, *Le discours de l’histoire*”. Poétique, n 49. Paris, Seuil, 1982, p.20.

⁵ M. R. Gomes, *Jornalismo e Ciências da Linguagem*, São Paulo, 2000, p. 30.



possui partes ancoradas no real, mas que, como objeto, não existe em lugar algum, a não ser nas páginas que a materializam.

Ao recortar o objeto, o jornalista constrói, através de entrevistas, com pessoas que também recortam o objeto, com fatos, que também recortam o objeto, com disposições frasais que também recortam o objeto e assim infinitamente. Estas lentes criam uma supra-realidade própria dos meios de comunicação, vívida nas linhas, sons, imagens que enunciam os fatos. O todo julgado pela parte que assume o *status* do todo. O que acaba importando é a realidade da mídia, cujo leitor espera que, se ainda não se abateu sobre ele, o faça em algum momento.

Por outro lado, a sociedade também se organiza em torno da mídia. Podemos tomar emprestado o conceito de variáveis controladas e não-controladas proposto por Andy Clark⁶ em *Emergence and Explanation* (A. Clark, 1999:113), para pensarmos em como essa auto organização acontece. No primeiro caso (variáveis controladas), os comportamentos ou propriedades podem ser manipulados simples e diretamente e no segundo, os comportamentos resistem à manipulação simples e direta que nasce de parâmetros múltiplos – integrando o conceito de sistema dinâmico.

Voltando ao discurso jornalístico, levantamos a hipótese de que os efeitos cooperativos que acontecem sem agentes do sistema (algo que impõe regras explícitas) podem ser percebidos em níveis coletivos. Por exemplo: como se arranja o comportamento de determinada comunidade frente a sucessivas reportagens sobre assaltos noturnos na região. Não há combinação prévia entre vizinhos sobre a que horas se deve ou não sair de casa, mas organizadamente todos passam a respeitar regras de não andarem mais sozinhos e de tomarem as mesmas precauções concomitantemente. Outro exemplo, seria o movimento que se formou entre os jovens que ficaram conhecidos como “caras-pintadas” para o afastamento do ex-presidente Collor; uma realidade se criou a partir de um movimento jornalístico. Isso quer dizer que, de certa forma, a Imprensa vai oferecendo parâmetros (e não regras) que se aglutinam no ambiente e acabam por integrar os processos de cognição. Muitas vezes são parâmetros não visíveis, mas que a veiculação faz com que se incorporem ao ambiente que permeiam.

A construção da reportagem

⁶A. Clark, *Being there – putting brain, body and Word together again*. Massachusetts, USA, 1999, p.113.



Juarez Bahia⁷ ressalta que no jornalismo, a grande notícia – e quase sempre a notícia mais importante – é a reportagem. Ela ocupa o primeiro lugar como cobertura jornalística. A reportagem está na essência do jornalismo, explica o autor, porque no jornalismo são as versões que contam, por isso, Bahia adverte que é fundamental ouvir todas as versões de um fato para que a verdade apurada não seja apenas a verdade que se demonstra e, tanto quanto possível, comprova.

Segundo Sodré e Ferrari⁸, o repórter é aquele que está presente, servindo (e, portanto, diminuindo a distância) entre o leitor e o acontecimento. Mesmo não sendo feita em primeira pessoa, a narrativa deverá carregar em seu discurso um tom impressionista que favoreça essa aproximação.

De acordo com os autores, as principais características de uma reportagem são: predominância da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados. Os relatos jornalísticos se dividem em:

- noticiar: é o ato de anunciar determinado fato;
- enunciar: é o ato de atualizar, de usar a língua num discurso determinado; põe à mostra, expõe, expressa, manifesta os fatos;
- pronunciar: muito sutilmente, manipulando aqui e ali algumas palavras, uma notícia pode-se pronunciar sobre um fato;
- denunciar: a notícia se posiciona claramente contra ou a favor de algo. Não apenas o teor denuncia, mas também a disposição gráfica das entrevistas.

Estas caracterizações da forma de apresentação das notícias aliadas às técnicas jornalísticas como a utilização do *lead* e da pirâmide invertida - maneira padronizada de construção do texto jornalístico no qual seis perguntas são respondidas no primeiro parágrafo (o que, quem, como, onde, quando e por que) e as demais informações vão sendo apresentadas por ordem decrescente de importância, de forma que cada parágrafo seja o mais independente possível de seus paralelos, facilitam o enquadramento mais realístico dos fatos. Mesmo fugindo desse padrão, o mais comum em todos os meios de comunicação, outros inúmeros formatos prontos estão disponíveis para moldar as matérias de cunho jornalístico.

Essas técnicas conduzem à construção da realidade jornalística. São pilotos que auxiliam os jornalistas a enunciarem diariamente as versões dos fatos. Mayra Rodrigues

⁷ J. Bahia, *Jornal, História e Técnica*, São Paulo, 1990, p.49.

⁸ M. Sodré e M. H. Ferrari, *Técnicas de Reportagem*, São Paulo, 1986, p.15



Gomes⁹ mostra que a observação de que no discurso histórico raramente vemos os signos do leitor, ou de destinação, presta-se ao jornalismo no qual o leitor é excluído sistematicamente das notícias centrais ou só referido diretamente em algumas seções especiais. Ao eliminar essa relação convencional do eu em face de um tu, o jornalismo se permite à inserção num outro campo em que o resultado do dizer se torna informação incontestável, pois não supõe uma réplica, mas a mera observação. Aqui, novamente entramos na questão dos parâmetros oferecidos pela Imprensa como marcas que tangem o real.

Ser e parecer ser

Segundo Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari¹⁰ não é o bastante uma reportagem ser verdadeira, ela tem que parecer verdadeira, ser verossímil. “(...) o real é engendrado para produzir determinado efeito, mas a partir de dados fornecidos pelo próprio real”, explicam os autores e continuam “é preciso não perder de vista a diferença entre literatura e jornalismo: na primeira predomina o imaginário, no segundo, deve-se impor a realidade dos fatos narrados” (Sodré e Ferrari, 1986:123). Essa afirmação demonstra a continua confusão que se apresenta devido ao conceito de real e ao mesmo tempo pela exigência de transparecer essa prática. Paradoxos são instalados como real e verossímil, fatos reais e imaginários, realidade e verdade.

Essa abordagem induz a uma questão fundamental: a diferença nem sempre clara entre realidade e verdade. Se, em jornalismo, uma entrevista é feita sobre determinado assunto e o repórter deturpa as informações obtidas, apenas o entrevistado saberá que aquilo não corresponde à verdade (e sim ao imaginário), mas para os demais leitores aquelas informações assumirão o dever da verdade, serão atribuídas ao real e se instalarão como parâmetros sociais. Neste caso, a verdade está também ligada à credibilidade, à função social de que é revestida a Imprensa, como fiscalizadora da sociedade e do poder público.

Questionar essa vocação jornalística sobre a realidade é fundamental para que mais uma vez se examine com olhos críticos a influência da Imprensa na sociedade. Porque, ao se voltar para si, questionando e avaliando seus procedimentos, pode perceber suas possibilidades e avançar com seus acertos, mas não necessariamente mantendo o mito de divulgar a verdade. Entender a realidade e a verdade segundo a

⁹ M. R. Gomes, *Jornalismo e Ciências da Linguagem*, São Paulo, 2000, p. 65.

¹⁰ M. Sodré e M. H. Ferrari, *Técnicas de Reportagem*, São Paulo, 1986, p. 07.



teoria dos signos ou semiótica proposta por Charles Sanders Peirce, acredito, seja talvez, a mais lúcida e revolucionária volta que o pensamento jornalístico possa dar.

Charles Sanders Peirce (1839-1914) foi um cientista (químico, matemático, físico, lógico, filósofo) que passou com desenvoltura, não apenas pelos segredos da ciência (todas se pode dizer), mas certamente, foi capaz de ouvir os segredos da natureza e do universo. Com essa sabedoria e irrepreensível minúcia científica, esse cientista norte-americano desenvolveu, através de cartas a uma interlocutora chamada Lady Welby, a Teoria dos Signos.

Para Peirce, a realidade é sempre mediada, pois só se pode ter acesso a ela através dos signos – para cada aspecto da realidade existem signos específicos. Segundo ele, a realidade insiste e talvez por isso, a sua busca, seja a busca do ser humano. De acordo com seu pensamento, o real é mais complexo do que o que chamamos de realidade. Ele destaca que tudo o que chamamos de contexto é objeto do signo. O real constrange o signo ao chamamento da verdade. Lúcia Santaella¹¹ explica que embora a realidade só seja inteligível através de investigações, é dela que a investigação recebe suas determinações. “Não é por obediência ou desobediência a padrões culturais de verdade que o investigador erra ou acerta, mas porque seus resultados têm compromissos com um certo estado de coisas sob exame”, conclui.

Em jornalismo, essa investigação nem sempre tem uma estrutura linear que explicaria a busca final da verdade. Uma pirâmide de situações constrói a realidade de cada matéria. Um fato é visto e revisto sob diversos prismas, muitas opiniões, algumas descrições, alguma argumentação, alguma crítica, enfim, uma miríade de elementos que revestem e re-criam o fato. Longe de ser aquilo que genuinamente gerou o interesse público, a versão do fato é uma reconstrução de signos.

O fato e a versão do fato

Em jornalismo não se fala de retratar o fato, mas a versão do fato. Quem mostra essa linha é Clóvis de Barros Filho¹² apontando que, com o surgimento das grandes revistas e do jornalismo dito interpretativo, passou-se a questionar as restrições próprias a uma “retratação” fiel da realidade. Só uma valoração, uma hierarquização de temas, poderia permitir ao receptor distinguir com maior facilidade o essencial do menos importante. O autor lembra ainda que Luce e Hadden (fundadores da revista Times)

¹¹ L. Santaella, A assinatura das coisas, Rio de Janeiro, 1982, p.55.

¹² C.B. Filho, Ética na Comunicação, São Paulo, 1995, p.26.



propunham como meta não só oferecer ao leitor o fato, mas também o fato sobre o fato (*the facts about the facts*). Isso porque ao recortar a realidade não se tem mais o evento, mas o que se pode falar dele. Vamos ver o recorte sob as lentes da Semiótica.

Signo é qualquer coisa que representa qualquer outra coisa (para uma mente atual ou potencial) que é chamado seu objeto. Esse modo de representar se divide em três modos que seguem as três categorias fenomenológicas de Peirce. O signo está sempre em lugar de outra coisa. O signo apresenta um objeto que é sempre um recorte do objeto. O signo funciona como mediador entre o objeto e a mente interpretadora. Conforme explica Lúcia Santaella:

A ação do signo só se consuma no momento em que ele gera um outro signo. Este novo signo interpretante terá como objeto tanto o signo do qual ele gerou, quanto o objeto original, passando ambos a compor um objeto complexo. Conclusão: o objeto cresce com a semiose.¹³

Semiose

Semiose é o processo que transforma um signo em outro infinitamente. Na semiose, o objeto dinâmico equivale à realidade e o interpretante final à verdade. Se fosse possível o signo se desenvolver até o ponto de chegar à realização do limite do seu potencial, teríamos a revelação perfeita do objeto dinâmico, quando haveria uma superposição entre o real e a verdade. Daí o real ser sinônimo de verdade, explica Santaella¹⁴. Para Peirce, o nosso acesso à realidade se dá pela mediação do signo (teoria do conhecimento). Apenas através da experiência colateral é que se pode ter acesso ao objeto dinâmico e enriquecer a semiose, pois o objeto insiste; ele é a causa da semiose.

Um signo intenta representar, pelo menos em parte, um objeto, que é portanto, num certo sentido a causa ou determinante de um signo. Esse esquema funciona assim: entre um objeto dinâmico e um interpretante final, há a mediação de um signo. O objeto imediato é a face do objeto dinâmico representada pelo signo e o interpretante dinâmico aquilo que o signo está apto a significar, já que, ao interpretante final, nunca se chega, uma vez que esse equivaleria à verdade. O signo precisa sempre de uma mente interpretadora que o decodifique, porque senão a semiose não se concretiza. O fundamento do signo é aquilo que lhe permite funcionar como tal, qual a propriedade lógica que possui. Essas propriedades podem ser: uma qualidade, uma existência ou uma lei; onde houver uma qualidade, esta qualidade está apta para funcionar como

¹³ L. Santaella, *A Assinatura das Coisas*, Rio de Janeiro, 1982, p.190.

¹⁴ *Idem*, p.191.



signo, onde houver um existente, o simples fato de existir, o habilita a funcionar como signo e onde houver uma lei, ela vai funcionar como signo.

As mais conhecidas tríades formuladas por Peirce são as que dizem respeito ao signo em si mesmo (quali-signo, sin-signo e legi-signo), sua relação com o objeto dinâmico (ícone, índice e símbolo) e a relação do signo com o interpretante (rema, dicente, argumento).

A realidade como signo

Como tudo é signo, é preciso delimitar aquilo que se pretende recortar para apontarmos aquilo que trataremos como signo para cada olhar. Com esse conceito podemos compreender como se constrói a realidade jornalística. O real é o objeto dinâmico que cada pauta de matéria irá recortar. O acesso que se terá desse signo é o objeto imediato, o real será mediado por um signo que pode estar sob o domínio da primeiridade (se for pura qualidade, um ícone), da secundidade (se for um existente, ação e reação, um índice) ou da terceiridade (se for uma lei, um símbolo, uma representação). Quando um fato é construído sob muitas opiniões, situações, muitos signos compõem o signo matéria, vários recortes – objetos imediatos – são feitos do objeto dinâmico e é apenas à essa miríade de signos que o jornalista tem acesso; é a realidade mediada.

Ao preparar uma reportagem, um novo signo, o jornalista faz um novo recorte em todo o material que apurou, que passa a ser o objeto dinâmico, cujo objeto imediato será o texto que irá preparar. Essa é a única realidade possível, aquela à que todos têm acesso, sem utopia. O leitor terá a reportagem veiculada como objeto imediato do objeto dinâmico “real”, e ao fazer a leitura outro signo se processa, recortando a própria matéria como objeto dinâmico e assim infinitamente, gerando a semiose.

Imparcialidade, objetividade, honestidade deixam de prevalecer porque tudo é signo e depende dos recortes que faz do objeto. Uma vez que todo signo é incompleto e que pode representar o objeto apenas em parte, é impossível atingir a orientação jornalística de reproduzir o real, de que se o jornalista for imparcial, objetivo, honesto, indiferente, ele poderá ser um retransmissor da realidade. As suas experiências colaterais determinarão o recorte que ele fará no objeto e a face que o signo estará representando para ele, depende da cognição prévia que a mente interpretadora tenha para isso, por isso é impensável que o jornalista se anule a si mesmo em busca da “verdade”.



Versão do fato e percepção

Peirce afirmou que aquilo que percebemos é o percepto, ou seja, é o que está fora de nós e nos chega apreendido num ato de percepção. Segundo ele, o percepto tem realidade própria no mundo que está fora de nossa consciência e que é apreendido pela consciência no ato perceptivo. O percepto, qual como é imediatamente interpretado no julgamento de percepção, é o percipuum (lado mental do percepto). O julgamento de percepção pode acontecer nos três níveis – primeiridade, secundidade e terceridade. O julgamento de percepção é uma hipótese, mas é indubitável, ele é corrigido porque o percepto insiste.

Todo julgamento de percepção tem alguma antecipação, alguma memória e um juízo perceptivo. Esse julgamento de percepção também influencia o jornalista no momento de elaborar a matéria, já que é o seu julgamento de percepção que determina o modo como apreenderá os valores inscritos em cada situação. Cada fonte e cada testemunha consultadas pelo jornalista também terão recortado o objeto de acordo com os próprios juízos perceptivos, investindo de valores cada signo que expõem. Todos esses fatores somam-se para mostrar como a realidade é contaminada pela percepção e como o universo de cada um determina a realidade que a mídia imprime ao cotidiano.

Conclusão

Muito embora toda a reflexão em torno desse trabalho tenha sido conclusiva, vale a pena, mais uma vez, destacar qual a razão de se meditar sobre um assunto aparentemente tão óbvio como a realidade mediada que a Imprensa estampa em seus meios de expressão. Como diz Mayra R. Gomes, devemos levar em conta que é por uma escolha feita pelas mídias que um acontecimento se elege como tal. Diante do poder de penetração das redes midiáticas, diz-se que se não passou pela mídia não aconteceu. Essa escolha, relacionada à função testemunhal, tem uma dupla face: estatuir uma realidade e organizar um dado a ver.

O jornalismo é um olhar voltado para o acontecido recente, para a atualidade. Seu exercício de seleção não pode fundar-se na escolha pela importância definida em seus efeitos. Ele aposta na importância em torno do eixo principal que é captar a atenção do leitor/espectador. (M. R. Gomes 2000:80).



A mídia, através da linguagem que veicula, organiza socialmente a importância dos fatos e o traduz como o real. É como se suas páginas, telas e ondas sonoras contivessem tudo o que há de relevante no mundo, adequando o restante em um modelo comportamental.

Ao jornalista profissional é dada essa tarefa desde o início de sua formação e ao fazê-lo acreditar nessa impossibilidade, ele a propaga. Apenas uma Imprensa consciente de seus limites pode, ao invés de se conclamar dona do inédito, do furo de reportagem, da referencialidade, pode simplesmente traduzir fatos, signos. Passíveis de serem enganosos, embora o real insista e o ser humano, como lembra Peirce, tenha uma inclinação natural para a verdade, esse signos apenas recortam partes do objeto e não podem determiná-lo por inteiro. Não é porque a Imprensa noticiou algum escândalo no poder público que nenhuma outra parte dele possa conter bons trabalhos, ou não é porque exaltou qualidades de um administrador que tudo que ele proporciona seja o espelho da otimização de recursos. Tudo é parte, tudo é recorte, tudo é signo.

Se tivermos claro a que temos acesso, como real é mediado, como cada signo está sob o domínio de uma categoria, como ela se manifesta, podemos ter a chance de voltar um olhar mais honesto à linguagem jornalística, às práticas de imprensa e conseqüentemente à sociedade que se organiza em torno dessa realidade midiática.

Referências bibliográficas

BAHIA, Juarez (1990). *Jornal, História e Técnica – as técnicas do jornalismo*. São Paulo: Ática.

BARROS FILHO, Clóvis (1995). *Ética na Comunicação – da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna.

CLARK, Andy (1999). *Being there – Putting brain, Body and Word Together Again*. Massachusetts, USA: MIT.

FERRARI, M. Helena & SODRÉ, Muniz (1986). *Técnicas de Reportagem – notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus.

GOMES, Mayra Rodrigues (2000). *Jornalismo e Ciências da Linguagem*. São Paulo: Hacker.



PEIRCE, Charles S. (1999). *Semiótica*. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva.

SANTAELLA, Lúcia (1995). *Teoria Geral dos Signos - semiose e autogeração*. São Paulo: Ática.

_____(1992). *A assinatura das coisas – Peirce e a Literatura*. Rio de Janeiro: Imago.

_____(1983). *O que é Semiótica*. Coleção Primeiros Passos 103. São Paulo: Brasiliense.

_____(1996). *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento.

_____(1998). *A percepção – Uma teoria semiótica*. São Paulo: Experimento.

_____(1983). *O que é Semótica*. Coleção Primeiros Passos 103. São Paulo: Brasiliense.

_____(1996). *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento.