

<http://www.adevento.com.br/intercom/2006/index.asp>
**Mutações nos Discursos Jornalísticos:
Da ‘construção da realidade’ a ‘realidade da construção’¹**

Antônio Fausto Neto²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Resumo

Examina-se com base nas revistas semanais as transformações nos discursos jornalísticos operadas por fatores externos e internos ao processo noticiabilidade, relacionados com as estratégias de confiança, crença e credibilidade, sobre as quais se assenta uma das finalidades do jornalismo. Nestas condições, muda a ênfase do trabalho da enunciação, que ao invés de apontar para a atualidade construída, descreve o próprio processo de fabricação da notícia.

Palavras-chave: Jornalismo; Enunciação; Noticiabilidade; Auto-Referência; Fabricação da Realidade

Introdução

Os processos que estabelecem a criação de vínculos de confiança entre o sistema de produção jornalística e a comunidade dos leitores, passam por transformações estratégicas nas últimas décadas. Tomam forma através de diferentes expedientes, desde aquele sobre os quais a cultura jornalística imagina ser seus fundamentos - calcados nas “ideologias jornalísticas” (como a noção os ‘valores notícias’) - , passando por ‘expedientes’ nos quais se mistura a especificidade dos serviços jornalísticos como os de natureza mercadológica, através da concessão de prêmios e recompensas pelos quais as instituições jornalísticas fazem assentar novos critérios à problemática associação entre os temas da confiança e da fidelização. De um modo clássico, os indicadores de tais vínculos emergem também através de pesquisas que não retratam à fundo os fundamentos de sua existência, restando como crença a referência que se assentaria em processos históricos mais longos e que dizem respeito ao longo do

¹ Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – UNISINOS/RS.

tempo, à existência dos hábitos do receptor para com os processos de apropriação/consumo de uma determinada mídia jornalística.

Ao lado destas pistas sobre as quais deveríamos ainda nos debruçar para levar mais a fundo a compreensão do funcionamento dos mecanismos de confiança entre jornalismo e seus receptores, chama a atenção os registros de aparecimento de novas estratégias através das quais a mídia jornalística tece novos padrões de confiabilidade. Desta feita, não tão amplos como alguns mencionados e que envolvem até mesmo aspectos e operações empresariais específicas, porém, importantes e estratégicos porque incidem na natureza e no funcionamento dos próprios ‘contratos de leituras’, ou seja operações discursivas e enunciativas que tratam de pactuar as possibilidades de oferta/ recepção de sentidos emanados dos dispositivos jornalísticos.

O sistema de produção jornalístico já não mais engendra o seu reconhecimento, apenas como um ‘sistema abstrato’ e cujas referências serviriam suficientes para gerar junto ao receptor suficientes noções de confiança e de crença depositadas nas instituições e, principalmente nos processos jornalísticos. Sem dúvida, que a mídia jornalística persiste como um lugar importante e sobre o qual a sociedade deposita credibilidade, justamente por ser um sistema que trabalha a redução de complexidades produzidas por outros sistemas, dando forma e produzindo intelegibilidades aquilo que parece descontínuo e sem nexos.

As transformações havidas nos processos pelos quais a mídia jornalística estabelece novos padrões de confiança com seu leitorado, tem a ver com a afetação das práticas sociais por parte da midiatização, o que incide também na importância que toma em suas próprias discursividades. Também com os efeitos da discontinuidade crescente havida nas tarefas de produção de sentido por parte de outros sistemas (instituições), ou seja a emergência de novas complexidades no funcionamento dos sistemas sociais. Estes, abandonando seus ‘usuários’ ao desamparo, deixam de se constituir em ‘pontos de acesso’, desfiguram seus rostos identitários, convertendo-se em burocracias difusas, sem se deixarem reconhecer, e sem possibilidades também de reconhecer.

Em função do despontamento da midiatização como uma nova ambiência, que dá origem a uma nova “pedagogia interpretativa” a respeito das coisas, gerando ainda processos de conexão que reformulam os modos de funcionamento dos campos sociais e dos seus respectivos processos de interação, transformam-se as modalidades pelas quais os processos de produção de sentidos midiáticos, especialmente os jornalísticos, passam a lidar, dentre outras coisas, com a questão da verdade. Enfrenta a complexidade do mundo, fundado em redes opacas, e não necessariamente transparentes, através da

confecção e manejo de novos ‘contratos de leituras’ em que se abandona operações que marcaram fases anteriores deste pacto contratual: o desafio já não é mais trazer o receptor para ‘cena’ dos seus registros oferecidos pela cobertura. E nem fazer o jornalista permanecer no clássico lugar de uma ‘testemunha institucional’ da ocorrência do acontecimento. Trata-se agora de incorporar a este processo de produção aquilo que ‘estava fora’, e que lhe sobrava como ‘insumo’ de uma categoria distante, a de ‘rotina produtiva’. O conceito tratava de naturalizar, ou reduzir, o que agora para os discursos jornalísticos torna-se num índice de prova de sua existência e sobre o qual deve-se, nele, depositar a crença. Já não se trata apenas de descrever o mundo, na forma da ‘atualidade’, na condição de um dispositivo de mediação que traz para esfera pública as realidades dos diferentes campos sociais, como pleiteia um ponto de vista sociológico. As discontinuidades produzidas pelas instituições; o avanço da midiaticização - com a incidência de suas formas gerando e tecendo a experiência contemporânea; e o papel dos seus atores, convertidos em especialistas - com rosto e nome, como forma de existência - transformam práticas jornalísticas em um novo dispositivo de produção de sentido, assim como as bases psicológicas sobre as quais repousa a confiança entre produção/recepção midiática. Um novo dispositivo que opera segundo um tipo de ação baseado em operações, funda a própria realidade midiática, que se reporta às realidades de outros sistemas, mas valendo-se, sempre de uma autonomia de suas ‘regras de produção’ para produzir o seu dizer. Tal mecanismo chama-se a capacidade auto-referencial que tem a mídia jornalística em dispor dos meios para construir a inteligibilidade sobre o mundo, ou seja ‘construir a realidade’. Porém, este é um lado deste trabalho da auto-referencialidade da produção de sentido midiática jornalística. Há, um outro, e que vai se cristalizando no âmago dos próprios ‘contratos de leitura’. É da ‘realidade da construção’, assim lembrado por Luhmann: “o sistema sempre fará referência a um estágio próprio de informação, ao que ele considera novidade e surpresa, para conferir-lhes um valor de informação”³(Luhmann, 2000:20). Este mundo próprio midiático jornalístico se faz forma, dando, por força do manejo que tem sobre suas próprias operações e regras, modos de existência aos conceitos abstratos, como os de ‘rotina produtiva’ e de ‘contrato’. Transforma a linguagem jornalística em experiência, gerando-se assim em uma realidade própria. Mas, a condição para constituí-la é que tais operações de engendramento ao mesmo tempo em que são tomadas como regras, sejam faladas no próprio instante em que estão à serviço do processo de

³ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Rubi/México: Anthropos/Universidad Iberoamericana, 2000.

engendramento desta realidade. Ocorre aí uma espécie de auto-reflexividade do discurso jornalístico e que a nosso ver é o cerne para que este novo contrato funde relações de confiança.

Gerar tais mecanismos de confiança implica operações de sentidos que são constituídas e atravessadas por materialidades, no caso os textos, que a seu turno se organizam numa situação comunicativa nos cenários midiáticos, a instância que faz o vínculo entre produção e recepção. Os textos em sua corporeidade convertem os personagens-produtores dos discursos jornalísticos em tríplexes sujeitos: atores-testemunhas-protagonistas, uma vez que são instituídos como referências que tratam de transformar as rotinas produtivas, de ‘sistemas abstratos’ em sistemas pedagogicamente, constituídos em uma corporeidade própria. Assim, trabalha-se um duplo processo: a geração do acontecimento, segundo os fundamentos sobre os quais repousa o seu processo produtivo, e um outro, o da constituição da oferta do ‘lugar de confiança’, uma vez que no próprio processo em que se descreve a construção da notícia, se diz também as provas sobre as quais deve se fundar os vínculos de confiança.

A mudança nestes cenários produtivos altera substancialmente, o próprio conceito de acontecimento. Em que medida esta ênfase menor para a produção de referentes, e uma outra maior, mais voltada para as próprias operações em que se dá ênfase ao trabalho de “fabricação das realidades”, não teria algo a ver com os impactos que tem a transformação do campo das mídias, a tal ponto que este fato incide nas ‘leis’ próprias com que este campo define a sua própria identidade, bem como dos fundamentos com que opera sem trabalho de leituras /construção de realidades?

1. Construindo realidades

Estas questões aqui situadas, são examinadas ao longo, de pelo menos duas décadas, em que as coberturas jornalísticas são objetos de estudos. Nelas são examinadas estratégias dos dispositivos de enunciação que destacam como atividade central do discurso jornalístico sua capacidade de produção de sentidos⁴.

⁴ Ver FAUSTO NETO, Antônio. *O impeachment da televisão – como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. FAUSTO NETO, Antônio. A construção do presidente – Estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In.: *Pauta Geral – Revista de Jornalismo*. V.3, N.3, Jan-Dez/1995. FAUSTO NETO, Antônio. Quando a ética toma forma: estratégias discursivas do ‘jornalismo de combate’. In: PAIVA, Raquel. *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (orgs.). *Lula presidente – televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003. FAUSTO NETO, Antônio. *Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a Aids*. São Paulo: Hacker Editores, 1999. FAUSTO NETO, Antônio. O jornalismo e os Limites da Representação. In.: *Ecos Revista*. V.8, N.2. jul-dez/2004. FAUSTO NETO, Antônio. Captura (privada) de um encontro (público) - Descuido de Chico ou vitória do paparazzo? In: *Os mundos da mídia - Ensaios-Leituras sobre a produção de sentidos midiáticos*. João Pessoa: UFPB, 2005. FAUSTO NETO, Antônio. Enunciando realidades ou os modos de

As hipóteses sobre os primeiros estudos (o *impeachment*, as eleições e a cobertura da AIDS) diziam que o trabalho jornalístico não se tratava apenas de um relato veiculador de cenas que ocorreram noutros campos sociais, mas, pelo contrário, se constituía num processo autônomo de engendramento de sentidos, e que se realizava a partir de operações e gramáticas da própria economia midiática. Abandonava-se uma noção cara às práticas do jornalismo, e que viam neste lugar apenas uma instância de representação de fenômenos que se registravam noutros campos sociais, em que o jornalista era apenas um agente de mediação, e os seus textos uma reprodução (fidedigna ?) sobre cenas em observação. Tal abandono repousava no fato de que na sociedade midiática, caracterizada pela existência dos meios, tais dispositivos sócio-técnicos tinham um papel muito mais complexo do que aquele de reconstituir/reproduzir realidades, pelo menos, por duas razões: primeira, o trabalho jornalístico passa a ser examinado num contexto de maior complexidade, que envolve os campos sociais. E neste caso, seu ofício se caracteriza como um lugar de produção dos processos de interação dos campos sociais, hipótese também sustentada por uma posição sociológica⁵. No seio dos próprios estudos do jornalismo emergem pontos de vista sintonizados com esta indicação e estão disponíveis em literatura⁶. Como segunda razão, o campo dos media se apresenta também com uma competência específica, a de natureza discursiva, e que lhe confere a capacidade de produção de realidades⁷.

2. Novas hipóteses

Sem abandonar a especificidade do trabalho da enunciação jornalística, alarga-se o conceito de dispositivo, não só enquanto uma problemática de linguagem, mas como uma questão de maior complexidade, e que diz respeito à existência de uma natureza sócio-técnica. Aprofunda-se a compreensão que se tem do *status* do campo dos mídias e da midiaticização, procurando-se mostrar que o trabalho enunciativo dos *media* já não mais se restringe a “construir realidade”, mas deslocar a ênfase desta tessitura para evidenciar a “realidade da construção”. De uma maneira sintética, se passa de uma

fabricação da realidade midiática? (A propósito de Laden, a santa e o doente). In.: *ESPM-Comunicação, Mídia e Consumo*. V.2, n.4. Julho, 2005.

⁵ ESTEVES, João Pissarra. *A ética da comunicação e os media modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998 e RODRIGUES, Adriano. *Experiência, Modernidade e Campo dos media*. In.: *Reflexos sobre o mundo contemporâneo*. (Org.)MONTEIRO DE SANTANA, R.N. Teresina: Reven/UFPi, 2000.

⁶ ALSINA, Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1989; CHARRON, Jean. *Los medios y las fuentes*. In.: *Comunicación y política*. Gedisa: Barcelona, 1998;MESQUITA, Mário. *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva, 2003; SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspaper*. Nova Iorque: Basic Books, 1978 e TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia*. Barcelona: Gedisa, 1983.

⁷ VÉRON, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1987 e DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. *La télévision cérémonielle*. Paris: PUF, 1996.

preocupação sobre o discurso jornalístico que centra sua atenção no trabalho textual, como operador de produção de realidades, para um novo momento em que se afirma que uma ênfase do trabalho da noticiabilidade está assim na própria narrativa em que se engendram, as condições de “realidade de construção”.

2.1. As condições da autonomia

Entender esta nova forma de funcionamento dos discursos jornalísticos, implica, de modo sucinto, registrar o *status* da midiaticização, cujos dispositivos e operações atravessam diferentes práticas sociais. Ela produz várias afetações sobre a organização do seu próprio campo e de suas relações com outros campos.

Tais afetações midiáticas sobre os demais campos são de múltiplas ordens, mas para fins destes comentários, retém-se apenas o fato de que a ambiência midiática passa a dar forma à vida espaço-temporal dos campos sociais, repercutindo sobre seus modos de expressão, incidindo nos seus processos de tematização, oferecendo suas lógicas e elementos de sua “cultura” para que se possa gerir novos processos e operações de inteligibilidade social. A midiaticização é uma processualidade na qual os meios – técnicas e ofícios – estão compreendidos. Entenda-se esta configuração como ambiência ou como sistema. Mas, de qualquer forma, trata-se de um novo dispositivo, que pela sua autonomia, para realizar operações próprias de construção das inteligibilidades, apresenta-se como uma instância onde a realidade é engendrada. São tais propriedades que levam o campo das mídias, e particularmente às práticas jornalísticas, a se apresentar como um “sistema autônomo”. Porém, para que tal *status* produza efeito de reconhecimento, enquanto legitimação de campo, é preciso que diga aos outros campos como faz para tecer a “realidade da construção”, ou seja, como dar forma às referências de mundo, das realidades tecidas no seu cotidiano. Já não se trata mais da “tarefa representacional” confiada, até então, ao jornalismo para narrar o que se passa noutros campos. Mas, a de produzir as realidades e descrever, ao mesmo tempo, os mecanismos produtivos postos em prática para engendrará-las. Inevitavelmente, este processo passa por operações textuais, por um novo trabalho de enunciação.

Nestes novos modos de organização dos ‘contextos de leitura’ e de funcionamento dos discursos jornalísticos, os *media* destacam-se para além da condição dos “pontos de acesso”⁸, depositário de confiança há causas que informam como o campo jornalístico tece e administra esta questão face à seus consumidores/leitores. A erosão porque passam as instituições, especialmente a

⁸ GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

crise da confiança diante da substituição dos modelos de vínculos fundados em “sistemas abstratos”, que tomam o lugar dos “sistemas com rostos”⁹. Por outras palavras, diante da crise das “políticas de sentido” na qual se encontram mergulhadas as instituições no seu afã de “fazer conhecer”, o campo jornalístico, amparado pela lógica e operações próprias, redesenha novos elos de confiança que as outras instituições não conseguem efetivar através de seus protocolos interativos. Para tanto, alteram seus “contratos de leitura”, introduzindo relatos de como a mesma é engendrada. Assim, o “sistema midiático jornalístico” organiza a sua relação com o leitor, em termos de novos “contratos de leitura” que apresentam duas características centrais: primeira, a ênfase na própria auto-referencialidade, em que explicita as operações com que institui a realidade que constrói. Em segundo lugar, como consequência da primeira operação, seu modelo de enunciação chama atenção para o protagonismo e para a própria testemunhalidade do trabalho do suporte.

3. Instituinto sistemas de vínculos

Através do exame da secção “*Carta ao Leitor*” (veja, Isto É e Época), descreve-se algumas operações discursivas das revistas semanais para pôr em funcionamento esta nova pragmática, em que se desenham novas modalidades de confiança/credibilidade/crença, como possibilidade de produção de um novo “regime de vínculos”.

São capas das revistas semanais em que se descreve algumas estratégias pelas quais o discurso jornalístico institui este novo elo. Agrega ao seu trabalho enunciativo de “construções de realidade”, o relato sobre a própria “realidade da construção”.

3.1. A reportagem é uma construção

Destaca-se o processo de construção da reportagem, e toma-se como referência os procedimentos através dos quais o *affaire* Collor é colocado em “praça pública”. A ênfase está no relato sobre os diferentes movimentos que o jornalista faz para produzir a fala de Pedro Collor: viagens, contatos, apurações e a foto testemunhadora sobre a existência de uma das entrevistas. Mostra-se um conjunto de episódios que levam a revista a dizer em sua capa que “Pedro Collor conta tudo”.

a) Viajando com Pedro Collor

⁹ Ibidem

“(…) Foi num desses *telefonemas*, na terça feira, dia 5 de maio, que o jornalista soube que Pedro Collor tinha documentos sobre PC. No *dia seguinte*, Lula (o jornalista) estava com os documentos, em Brasília. Na *quinta-feira*, *encontrou-se* com Pedro Collor no RJ. Na *sexta-feira*, em SP, *entrevistou* PC durante mais de duas horas. À noite, escreveu a primeira reportagem sobre as acusações de Pedro Collor (...). Na *semana passada* Lula conseguiu as mais *longas entrevistas* gravadas de Pedro Collor. Foram primeiro noventa minutos *em Maceió*. Depois, mais duas *horas em SP*, na sede da revista, com outros três jornalistas de VEJA, e a presença de Tereza, casada com Pedro Collor, e de sua irmã Ana Luiza Collor de Mello (...). Como a missão da imprensa é buscar a verdade, apurando os fatos com rigor, VEJA considera que vem cumprindo esse objetivo na cobertura do caso”. (Veja, 27-5-92)

Ações são destacadas para mostrar como o jornalista produz a reportagem. O relato avalia os procedimentos do jornalista, e explica ainda que a reportagem resulta de “montagens”, em que se converte um relato privado em questão pública.

b) O processo investigatório

A produção começa mais longe e seus passos são descritos quando a matéria está sendo anunciada na edição. Parte de uma investigação quando:

“Isto É acompanha as andanças de um misterioso argentino (...). Ele dizia ter uma história grave (...) para contar. Isto É, na aproximação a Nunes, conduzida pelos repórteres (...) cuidou de aprofundar passagens do depoimento (...) por causa disso Isto É decide antecipar a saída da edição (...)”. (ISTO É 23.9.92)

3.2 A capa como “modelização”

Complexas operações que apontam para as condições de tematização da capa semanal da revista são descritas mostrando graus de autonomia em que a capa se fez em processo jornalístico. Sua ênfase está na “montagem”, conforme o relato abaixo.

a) Tarefa das artes

“Tão importante quanto o conteúdo das reportagens de VEJA é a forma de apresentá-lo. As informações recolhidas e organizadas pelos editores precisam ser acompanhadas de gráficos, tabelas e ilustrações que facilitem a leitura e a tornem mais agradável e interessante. Esta tarefa (...) cabe à editoria de arte, composta de 21 designers e capitaneada pelo diretor Carlos Néri (...). A editoria de arte tem outra atribuição vital: elaborar a capa de VEJA: “uma boa capa é aquela que resume a essência da reportagem escolhida para ser o carro-chefe da edição, diz Néri, que cuida pessoalmente deste trabalho. (...) Com a atual crise, tornou-se comum que a capa de VEJA seja inteiramente mudada nas derradeiras horas do fechamento de sexta-feira. “Essas são as melhores”, diz Néri, um artista com alma de jornalista.” (Veja 20.7.2005)

Transformado em “trabalho de arte”, e apesar de diferenciar-se da imediatez da apuração do jornalista, este processo tem um “índice de existência”, no caso as imagens e o trabalho das pessoas que se ocupam deste fazer, e que aparecem no âmbito da própria “Carta do Leitor”. São mostrados como atores que fazem o relato do processo de produção desta realidade. Os “capistas” falam sobre as matérias, dizendo como agem avaliando ainda o que significa para eles fazer capas diferentes, como aquelas que se referem à crise política. Edizem, “estas são as melhores”.

3.3. Jornalista como auto-referência

A atorização do processo de construção de noticiabilidade representa um dos elementos-chave para a definição dos elementos com os quais o jornalismo mostra como redesenha os vínculos de confiança entre sua oferta e o seu leitor-interlocutor. Além de “provar que ele está” - o que já representa um índice de crença oferecida ao leitor - estes processos acionam outros índices, que visam explicitar as pistas com as quais o leitor, deve crer no que lhe propõe o discurso jornalístico.

a) Sensibilidade

(...) E foi sem *nenhum sensacionalismo* que a repórter Eliane Lobato, da sucursal de Isto É no Rio, deu conta de sua árdua tarefa de conversar com familiares do engenheiro João José de Vasconcelos Jr em Juiz de Fora (MG). Ele foi, há cerca de 50 dias, seqüestrado no Iraque, quando se encaminhava ao aeroporto para voltar ao Brasil. Eliane *muniu-se de sensibilidade, respeito e eficiência jornalística* e conversou com os parentes do engenheiro. (Isto é 16.3.2005)

b) Jornalistas-gigantes

“Há jornalistas que crescem feito gigantes na *hora de entrevistar alguém*. Conseguem *extrair o máximo* de seus entrevistados, *desafiá-los na medida certa* e arrancar *informações importantes* com uma pitada de *bom humor*. Nesta edição temos dois grandes exemplos desse *difícil ofício*. São as entrevistas com o cantor e compositor Caetano Veloso e com o presidente do BNDES, o economista Carlos Lessa (...). A prosa com Caetano não fica atrás. O editor Luís Antônio Giron fez Caetano *soltar o verbo* sobre vários assuntos. Giron, um gaúcho de 44 anos, está acostumado a lidar com figuras de gênio forte. Natural de Caxias teve como professor de ginástica *ninguém menos* do que Luis Felipe Scolari.” (Época 24.5.2004)

c) Galeria de talentos

“A função de uma revista semanal é trazer para seus leitores sempre as informações e as idéias mais relevantes. Para cumpri-lá, ÉPOCA tem o privilégio de contar com alguns dos talentos *mais brilhantes* do Brasil e do mundo em diversas áreas. Este exemplar que você tem em mãos traz uma *amostra seleta* de gente capaz de iluminar os maiores debates contemporâneos (...). É um privilégio ler e editar cada linha escrita por gente como MJax, Rifkin, Fareed, Paulo, Susan e Ziraldo. Mas o motivo para reunir esse time é um só: você, leitor”. (Época, 8.5. 2006)

Os textos trazem marcas de auto-rreferencialidade sobre a avaliação que o discurso jornalístico faz do seu modo de “construção da realidade”. Os jornalistas em suas ações, segundo valorações de qualidades morais, humanas e profissionais.

Destaca-se a importância da sensibilidade da repórter a serviço da matéria, que se manifestou no próprio processo de apuração. Estas qualidades são elementos intrínsecos à própria apuração, pois a repórter preferiu a sensibilidade e a eficiência. A descrição do próprio discurso de auto-rreferencialidade sobre tais registros, se funda na qualidade do produto. Também, uma estratégia para que a confiança do leitor se estabeleça mais na performance jornalística, do que necessariamente naquilo que o discurso aponta. Tais padrões de confiança passam também pelos próprios perfis dos jornalistas. São transformados em atores, celebridades, moeda de atribuição à credibilidade ao trabalho feito por eles. Não basta exaltar as virtudes dos talentos, mas dar-lhes um modo de existência na rotina produtiva, explicitando os seus fazeres, suas competências. Suas imagens são mostradas, prova concreta da sua existência ali, como agentes de um sistema interpretativo, e cuja dimensão “abstrata” ganha corpo através de seus “peritos”. Esta operação visa especificar para o leitor os mecanismos usados pelo “lugar jornalístico” para tecer a questão da confiança e, provocar como resultante, a credibilidade sobre o que faz. Para tanto, fazer uso dos “peritos”. Mas, não apenas isso. Deve também mostrá-los, e, nestas condições, reunidos numa espécie de “galeria de talentos”.

3.4. O processo produtivo e a “estória” da reportagem

Os exemplos reunidos neste item constituem registros sobre determinadas maneiras como o próprio “discurso da atualidade” descreve como faz para organizar, segundo a sua gramática, a *complexidade* do que vem de fora. O tema da edição é uma consequência de operações que são explicadas.

a) Escolhendo a reportagem de capa

“A tentação é dizer que a reportagem de capa desta edição de ÉPOCA foi feita especialmente para mim. Tenho a minha frente dois computadores, com duas telas e dois mouses, um telefone com 16 botões, dois endereços de email com caixas postais entupidas de trabalho (...). O diretor de arte, Marcos Marques, entra na sala e pergunta que imagem dar aqui embaixo. Paro para pensar e não sei o que dizer. Não posso deixar a página em branco, mas parece que – puf! O cérebro parou de funcionar. Pois o tema da reportagem é justamente este: será que a cabeça agüenta tanta informação, tanto estímulo, tanta atividade simultânea? Será que o ser humano foi preparado para viver neste mundo multitarefa? Teremos de ser todos hiperativos? E – suspiro – será que vou pifar?” (Época, 27.2.2006)

b) A capa é uma ‘loteria’

“Para uma editoria de VEJA, o grande prêmio é ter sua matéria principal escolhida para figurar como capa de revista. (...)A dificuldade em escolher a capa por excesso de reportagens candidatas é um dos sinais de vitalidade editorial. Outro é a diversidade de assuntos.(...) Escolher e editar os assuntos que vão preencher as páginas de uma revista é uma operação ao mesmo tempo vigorosa e sensível(...). Cabe aos editores filtrar da enorme quantidade de informações obtidas pelos repórteres a cada semana aquelas que julgam ser as mais relevantes.(...)” (Veja 4.5.2005)

No texto “a” mostra-se como o tema da edição da semana foi construído. É um bom exemplo de como o sistema de produção jornalística fala de sua autonomia para criar em suas fronteiras, “produtos” que são convertidos, mediante processos de acoplamentos, em temas. Numa segunda operação, no texto “b”, não se fala mais no modo de produção do tema, mas se avalia o significado desta operação. Mais precisamente, o discurso jornalístico diz como vence a complexidade que vem de um outro sistema, argumentando que isso é possível porque suas operações são consideradas “vigorosas e sensíveis”.

Notas em conclusão

Entende-se, a partir do que examina este texto, que os processos que engendram a noticiabilidade e suas práticas, se estruturam segundo regras definidas por parâmetros de auto-referências do próprio sistema de produção discursiva, do campo midiático jornalístico. Ou seja, o âmbito da produção discursiva, através de suas fronteiras e, do seu modo de operar, goza de autonomia e se sustenta em mecanismos que alimentam as operações internas às suas rotinas, procurando também desenvolvê-las para que possam dar continuidade à existência e ao funcionamento do seu próprio processo produtivo. Grosso modo, as regras deste processo de construção estariam nas próprias fronteiras do sistema, ainda que o mesmo possa estar sendo “irritado” pelas processualidades de operações de outros campos sociais. Isso significa dizer que apesar de ser de natureza pública, a discursividade midiática se faz através de “regras privadas”, segundo sistemas de produção inerentes à cada dispositivo de produção de sentido.

O que faz o sistema de produção midiático jornalístico é produzir processos de inteligibilidades sobre processualidades complexas de outras realidades, mas segundo suas operações. Toma-se necessário que as incertezas dali vindas, sejam conjuradas por processos de regulação, o que leva “a

que corporações sociais apareçam e comecem a dirigir e a estipular determinados regramentos que são, então aceitos socialmente e se tornam obrigatórios, estruturando a vida social” (...) ¹⁰.

À luz destes conceitos, o campo midiático-jornalístico disporia dentre outras, de três propriedades: uma auto capacidade para gerar e gerir os mecanismos de construção de uma realidade simbólica específica, e segundo operações discursivas que seriam capazes de renovar suas próprias funções. Em segundo lugar, conectar-se com os demais campos (sistemas) sociais, a partir de determinadas condições (de lugar) de fala. E, em terceiro lugar, segundo a hipótese que trata este trabalho, descrever os próprios processos de regramentos, com que constitui a realidade, segundo operações textuais que sustentam e fazem funcionar um determinado “contrato de leitura”, e suas respectivas lógicas.

Sua ênfase está nas estratégias de auto-referências, operações pelas quais nada escapa ao trabalho de produção de sentido midiático. Tudo nele agora está compreendido, e é preciso dar prova da existência do que excedia da notícia, enquanto lado invisível da produção de sentido. Daí, a presença crescente do *making off*, não como uma referência para algo que se faz ‘lá fora’, mas que é constituído, como referência visível, ao trabalho da própria produção da noticiabilidade. Se outras operações midiáticas apontam para o trabalho desta enunciação, em não deixar que nenhum sentido escape ao seu processo de produção de intelegibilidade, nota-se, pelos materiais deste estudo, um avanço na operação midiática de produção de sentidos. Contrariando um dos preceitos do discurso psicanalítico, segundo o qual ‘o real é o que sobra’, aqui, nesta modalidade de discurso, nada sobra. E, nestas condições, o real - enquanto alguma coisa deste sistema produtivo e que estaria fora, na região de outras textualidades - é trazido de lá para dar vida, força e efeitos de sentidos às estratégias que tornam assim autônomo o discurso jornalístico, bem como o seu próprio sistema de produção. O trabalho das operações de auto referência, gera um valor, o de um sistema que se basta, ao lado de suas operações, para construir a sua e outras realidades. Repousaria neste aspecto as bases com que a mídia estimaria a fundar um novo regime de confiança ?

Estamos diante de um novo ‘sujeito interpretativo’, aquele que defende menos a função de vigilância do jornalismo, e mais o de um ‘lugar perito’ investido no trabalho pedagógico voltado para produção de leituras que reduzam a complexidade da vida social? Este novo esforço pedagógico com que a enunciação jornalística se estrutura, necessita explicitar o rosto do seu processo, para não dizer

¹⁰ KÜPPERS, Günther, ELOY, Karen, LIMA, Cirne. *Um debate sobre o lugar do ser humano na imprevisibilidade imanente ao mundo*. IHU On-line. Ano 5, N.142. Maio/2005.

dos seus atores. Tece o processo de produção/recepção, através de uma ‘economia do contato’ no qual se instala a ‘ligação da confiança’, através de operações que o lugar da produção faz para, além de validar o seu trabalho de enunciação, oferecer as bases e referências simbólicas sobre as quais se fundará a crença.

Tais contratos criam, ou por outra, estimam sem dúvida, seus efeitos. Sobretudo, os da leitura acadêmica. Mas, como diz Luhmann, a confiança se privatiza¹¹, (1996: 83) e muito da legitimação do modo de ser das mídias, estimada pelas suas próprias crenças, depende de outros efeitos complexos e imprevistos sobre os quais o ‘descompasso’ entre as racionalidades dos discursos dos campos sociais e do ‘mundo da vida’ nada pode dizer a priori. Daí, a inevitável passagem para outras paisagens de práticas textuais, aquelas que descrevem a situação dos textos jornalísticos em meios às operações de leituras da esfera de recepção.

Bibliografia

ALSINA, Rodrigo. *La construccion de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1989.

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. *La télévision cérémonielle*. Paris: PUF, 1996.

ESTEVES, João Pissarra. *A ética da comunicação e os media modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998.

FAUSTO NETO, Antônio. *O impeachment da televisão – como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

_____. A construção do presidente – Estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In.: *Pauta Geral – Revista de Jornalismo*. V.3, N.3, Jan-Dez/1995.

_____. Quando a ética toma forma: estratégias discursivas do ‘jornalismo de combate’. In: PAIVA, Raquel. *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

_____; VERÓN, Eliseo (orgs.). *Lula presidente – televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003.

¹¹ LUHMANN, Niklas. *Confianza*. Rubi/México/Santiago de Chile: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Pontificia Universidad Católica de Chile, 2005.

_____. *Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a Aids*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

_____. O jornalismo e os Limites da Representação. In.: *NUPEC Revista*. V.8, N.2. jul-dez/2004.

_____. Captura (privada) de um encontro (público) - Descuido de Chico ou vitória do *paparazzo*? In: *Os mundos da mídia - Ensaios-Leituras sobre a produção de sentidos midiáticos*. João Pessoa: UFPB, 2005.

_____. Enunciando realidades ou os modos de fabricação da realidade midiática? (A propósito de Laden, a santa e o doente). In.: *ESPM-Comunicação, Mídia e Consumo*. V.2, n.4. Julho, 2005.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

IMBERT, Gerard. El transformismo televisivo o la crisis de lo real (de lo informe a lo deforme). In.: *Semiótica de los mass-media – império del discurso de la comunicación global*. (Org.) VERA, Pablo Espinosa. México: Oceano, 2005.

KÜPPERS, Günther, ELOY, Karen, LIMA, Cirne. *Um debate sobre o lugar do ser humano na imprevisibilidade imanente ao mundo*. IHU On-line. Ano 5, N.142. Maio/2005.

RODRIGUES, Adriano. Experiência, Modernidade e Campo dos media. In.: *Reflexos sobre o mundo contemporâneo*. (Org.) MONTEIRO DE SANTANA, R.N. Teresina: Reven/UFPI, 2000.

LUHMANN, Niklas. *La realidad de los médios de masas*. Rubi/México: Anthropos/Universidad Iberoamericana, 2000.

_____. *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*. Rubi/México/Santiago de Chile: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Pontificia Universidad Católica de Chile, 1997.

_____. *Confianza*. Rubi/México/Santiago de Chile: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Pontificia Universidad Católica de Chile, 2005.

_____. *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Veja, 2001

MESQUITA, Mário. *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva, 2003.

NÖTH, Winfried. La autorreferencia em los medios. In.: *Semiótica de los mass-media – império del discurso de la comunicación global*. (Org.) VERA, Pablo Espinosa. México: Oceano, 2005.

PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspaper*. Nova Iorque: Basic Books, 1978.

VÉRON, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1987.