



## **Elementos para uma crítica ao jornalismo como construção da realidade<sup>1</sup>**

Christiane Rodrigues Congro Bertoldi<sup>2</sup>

Antonio Luiz Oliveira Heberle<sup>3</sup>

Sady Macêdo Sapper<sup>4</sup>

### **Resumo**

O jornalismo ao abastecer-se dos temas da cotidianidade, leva à instância noticiosa uma visão e uma compreensão mais ou menos correta. Pode ser precisa, bem informada, contextualizada, mas pode também funcionar ao contrário, na medida em que a entendemos como uma versão. Porém, não se está tratando de qualquer versão, eis que para a sua formatação a notícia deve prestar contas aos estatutos de uma profissão, à deontologia jornalística, à ética profissional e a própria sobrevivência de uma atividade que atende a expectativas de mercado. A mídia não sobreviveria se vivesse apenas de simulação ou da “construção” artificiosa dos acontecimentos. A sua força é justamente arrastar consigo a realidade, desconstruindo-a no processo de geração de sentidos, o que faz com maior ou menor competência.

### **Palavras-chave**

Mídia; Notícia; Significado.

### **1. A performance da mídia**

Partimos do pressuposto que no mundo contemporâneo a mídia se ajusta modelarmente ao cotidiano, como algo de sua natureza ( que parece ter sempre funcionado assim) e por isso são operações imperceptíveis. Tal ajustamento, caracteriza uma ambiência que, dada a sua peculiaridade, compõe performances (sintonizadas com os interesses dos segmentos), que se traduzem em formas específicas de apresentar o mundo. Ou seja, a ação da mídia não está assentada apenas na possibilidade de mediar, de estabelecer contatos e traduzir suas vozes, apresentar os discursos e se reabastecer neles mesmos, mas de realizar isso cada vez mais natural e internamente, em atendimento às lógicas dos interesses mútuos que os presidem.

Por isso, é cada vez mais difícil pensar na mídia como algo externo, embora cada campo opere através de expedientes específicos, mais ou menos especializados. Tanto que, ao se apresentar na mídia, a maioria dos campos opera algo (adota

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Semiótica, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Embrapa Clima Temperado. E-mail: congro@cpact.embrapa.br.

<sup>3</sup> Embrapa Clima Temperado e Universidade Católica de Pelotas. E-mail: antonio.heberle@cpact.embrapa.br

<sup>4</sup> Embrapa Clima Temperado e Universidade Católica de Pelotas. E-mail: sadi@cpact.embrapa.br



comportamentos) de sintonização ou adequação midiático-discursiva. Não é, portanto, uma performance apenas da mídia ou dos demais campos sociais, mas resultante da simbiose dos segmentos que se apresentam e dos interesses do campo da mídia, tal o ajustamento.

Assim, ao tempo que se torna quase impossível acreditar na incontaminação das diferentes esferas da sociedade, é preciso reconhecer que cada segmento utiliza dados, elementos peculiares de outras esferas para compor o ajustamento aos seus interesses particulares. Pode-se falar de comportamento que se torna quase imperceptível, resultante desta aproximação. No plano prático está-se tratando de formas discursivas e então se sobressai (aparece em destaque) a peculiaridade do campo da mídia, pois o seu objeto é essencialmente discursivo e naturalmente simbólico <sup>5</sup>. Entretanto, é também pelo expediente discursivo que as instituições se manifestam.

A tal ponto a relação entre mídia e sociedade é indissociável que passou a preocupar determinados especialistas na área da comunicação, os quais tem sido severos em discutir (e cobrar) o papel que devem desempenhar os meios de comunicação na sociedade, buscando lembrar seus fundamentos e pressupostos e acima de tudo os seus compromissos sociais.

... os proprietários e os trabalhadores profissionais dos mídias noticiosos necessitam lembrar a sua obrigação de defender a liberdade positiva da imprensa – dar aos cidadãos informação justa (*fair*) e significativa. Concomitantemente, os cidadãos necessitam lembrar-se da sua obrigação de perguntar por ela (Traquina, 2001, p.196).

Uma elaboração racional para a legítima preocupação de Traquina talvez seja lembrar que a própria sociedade caminhou ou caminha na direção de compreender e manejar com as tecnologias e, afinal, com as dimensões do simbólico, dessacralizando-o. Trata-se do movimento da sociedade na direção das tecnologias de informação ao tempo que estas instâncias especializadas buscam instituírem-se, com os seus “reconhecíveis” mecanismos econômico-comerciais. Porém, a reconstituição do social, enquanto resultado de um e outro ponto da angulação não é o mesmo.

---

<sup>5</sup> Utilizamos o termo na acepção semiótica relativa ao símbolo. Assim, refere-se a uma lei de representação e não algo em particular. Sua força está em ser portador, por convenção ou pacto coletivo daquilo que representa, como as palavras, por exemplo. Neste sentido, o objeto representado pelo símbolo é tão genérico quanto o símbolo (Santaella, 1995, p.178).



Si mirada desde la socialidad la comunicación se revela como cuestión de fines –de la constitución del sentido y del hacerse y deshacerse de la sociedad -, mirada desde la institucionalidad la comunicación se convierte en cuestión de medios, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy paradójicamente del lado de los intereses privados (Martín Barbero, 2001, p.37).

Mais do que estar focada na formação, esta parece ser a questão de fundo sobre o campo da comunicação, que precisa ser enfrentada todo dia, a cada produção, emissão e recepção de mensagens. Especialmente aos profissionais da área, será preciso compreender os movimentos e interesses dos campos sociais (políticos, econômicos, culturais...), cuja ação é geralmente dissimulada. Mas é importante frisar que isso não ocorre intencionalmente e não se trata de um artifício planejado, pois é um movimento natural da própria sociedade que aprendeu a identificar e assim conviver com as operações do campo das mídias. Trata-se de um movimento não previsto pelo institucional, na medida em que entender as suas práticas de dissimulação é adentrar no espaço que sempre os resguardou.

Tal movimento é identificado por Néelson Traquina (2003) dentro da teoria da agenda, que mostra duas variáveis que são determinantes para a sua constituição. Por um lado, está toda a atuação dos profissionais da comunicação e neste caso os membros da tribo jornalística e, em particular, os critérios de noticiabilidade que utilizam na seleção das ocorrências que tornarão públicas. Por outro lado identifica a ação estratégica dos promotores das notícias com o peso de suas instituições, e os recursos que possuem e que mobilizam para obterem acesso ao campo jornalístico.

O impacto da atividade jornalística e de forma ampliada da mídia na sociedade tem sido tema discutido por diferentes correntes teóricas em distintas áreas de conhecimento, na medida em que os campos sociais se vêem constantemente tocados pelas suas ações. Por isso, vamos encontrar estudos sobre a ação das mídias a partir do olhar do Direito, da Psicologia, da Sociologia, da Ciência Política, da História e assim por diante, além, evidentemente, da própria comunicação social.

Ao fazer uma análise das correntes, dentro do escopo da comunicação, Wolf (1987) conclui que subvalorizou a “persistente fragmentariedade e heterogeneidade da matéria em estudo”. Porém, ele aponta para muitos indícios de que:

...actualmente, a área da pesquisa sobre os *mass media* se está reconcentrando sob o impulso de uma abordagem sociológica que



coloca no centro a questão das relações entre estrutura social, sistemas de poder e modelo de valores. A função da comunicação de massa, nesta rede de relações, é construir para os seus consumidores um *operational map of the world* (Cohen, 1963, p. 13) (Wolf, 2002, p.253).

O autor imagina que a função da mídia é de proporcionar uma espécie de enciclopédia de conhecimentos, atitudes e competências, com esse mapa operacional. A idéia é que para ser adequadamente analisado nos seus vários aspectos, um sistema de mídia de massa, complexo como é, precisa de um esquema de análise e interpretação bem mais articulado do que até agora foi proposto. Ou seja, uma teoria (Wolf, 2002, p.253; Porro-Livolsi, 1981, p.190).

Não nos parece evidente esta idéia da mídia como enciclopédia de conhecimentos, mesmo porque a característica básica da mídia é a disseminação contínua dos vários posicionamentos, sem preocupação de chegar a um consenso. Isso porque: “O saber dos jornais é extremamente superficial, mas extenso. Eles se confessam perecíveis; não tratam de fins ou princípios. Os espíritos positivos se irritam com a coragem que os jornais afirmam o impreciso” (Lage, 2001, p.154).

Por outro lado, parece lógico e cada vez mais verdadeiro que o sistema da mídia é complexo e envolve a sociedade, requerendo para si um conjunto sistematizado de análise e interpretação. Isso, aliás, vem sendo instituído ao longo do tempo, dentro do que se constitui aos poucos como o campo da comunicação, cuja centralidade é o estudo das mídias. Compreende não apenas os grandes meios de massa, mas também os aparatos (meios técnicos) informáticos, impressos, livros, etc.

Nossa perspectiva então comporta a forte presença da preocupação com os processos midiáticos enquanto fenômeno histórico e social na sociedade contemporânea e como objeto principal de nossas preocupações de pesquisa – mas não exclui outros objetos desde que neles se dê como enfoque principal a questão das interações comunicacionais que os caracterizam (Braga, 2001, p.25).

Uma das áreas mais afetadas, no campo da comunicação, pelo advento desse complexo midiático, é a que envolve a produção de notícias. Isso quer dizer que as notícias estão condicionadas a um processo produtivo desenvolvido por determinados agentes especializados. Refere-se às operações do jornalismo propriamente dito, cuja prática se dá no forno e no fluxo de pressão dos diferentes campos e atores sociais, influenciados pelas formas de apresentação pública nos aparatos midiáticos, em suas



inúmeras e ampliadas possibilidades de disponibilização, especialmente com o fenômeno da Internet.

...sustenta-se que a notícia é uma arena signífica onde as forças que pululam na sociedade se digladiam; um produto de consumo como qualquer outro, mas com características absolutamente particulares, por se tratar de um ser de linguagem a processar ininterruptos recortes em um mundo que se força sobre ele, narrando-o, hierarquizando-o (Henn, 37, 1996).

A notícia é hoje um ente discursivo constrangido. Ao se apresentar publicamente, é aparentemente a representação de um fato da sociedade que tem como destino a própria sociedade. Com esse propósito de representação são produzidas as notícias, sempre antevendo a audiência (a recepção). Por isso se destinam a estabelecer (ou pode ser o próprio mecanismo de) uma mediação entre receptores e a realidade. Idealmente, é o fato que o jornalismo acata como acontecimento, a funcionar como mola propulsora.

Dizemos que é “aparentemente” uma representação da realidade, porque há uma mediação constante entre jornalistas e suas limitações de percepção e entre essas e suas fontes, dada a dificuldade original que o jornalista, enquanto autor de uma forma narrativa, participe como testemunha de todos os fatos que traduz. Por isso se pode falar de várias escalas de negociação, até o fato ser traduzido publicamente. As operações de produção de notícias acontecem num contexto que Thompson (1995, p. 391) chama de *enfoque triplíce*, ao envolver em seu processo de produção elementos de percepção, seleção e transformação dos acontecimentos em notícias.

Uma primeira mediação ou tradução se dá entre a fonte da notícia e os fatos. Como já se apontou, os atores sociais estão imersos num conjunto de valores instituídos pelos diferentes segmentos. É a cultura e a ideologia<sup>6</sup> a pressionar os indivíduos, de forma que toda a leitura das coisas do mundo está de alguma forma condicionada pelo caráter sócio-histórico. Thompson (1995, p.392) diz que este primeiro aspecto envolve as fases de produção e transmissão das formas simbólicas.

Uma outra mediação acontece entre a fonte (entrevistado) e o repórter (entrevistador). Trata-se do ponto central da negociação, pois aqui os acontecimentos constituem “um imenso universo de matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – ter noticiabilidade (*newsworthiness*)” (Traquina,

<sup>6</sup> O termo *ideologia* se refere aqui às relações vivenciadas no cotidiano pelos sujeitos individuais ou coletivos, relativo à maneira como vivem e suas interações. “O essencial é que o domínio ideológico diz respeito às representações “vivas” dos sujeitos...” diz Gabriel Cohn (1973, p. 143).



2001, p. 94). Aliás, a questão central do campo jornalístico é precisamente esta: o que é notícia? Para Thompson (1995, p.392), esta é a fase de construção do produto *notícia*.

## 2. O poder gerativo das notícias

Entendemos, entretanto, que pragmaticamente a fase de definição da notícia pode ser melhor compreendida como de produção (no sentido de gerar algo) e não exatamente de construção, como sustenta a teoria construcionista da comunicação. Não identificamos, para tal, uma filiação de Thompson ao conjunto das teorias construcionista ou construtivista. Aproveitamos apenas a oportunidade discursiva deste autor para referir que entendemos notícia como geração<sup>7</sup>, quando aparece como generalização, espaço da sua representação, eis que pública se torna a experiência.

Podemos adiantar que é nesta fase da experiência que acontece a síntese intelectual a respeito de alguma coisa, própria da Terceiridade peirceana, em que o pensamento se traduz em signos, “através da qual representamos e interpretamos o mundo” (Santaella, 2002, p. 51). Ou seja, é a própria manifestação do simbólico, dos discursos e das ações, quaisquer que elas sejam, não apenas as verbais e seus significados.

Neste sentido, as notícias podem ser consideradas traduções, que passam por estágios de interpretação e se apresentam publicamente, como operação de uma especialidade profissional, o jornalismo, perpassada pelo pensamento (interpretante) do jornalista que produz o texto. A destinação das notícias é ser instrumento de outros pensamentos, que passando por interpretações vão se reapresentar, talvez com outra forma, outra roupagem, agregados de outros elementos, tal é o processo da semiose. Nesse caminho da notícia, portanto, há sempre perdas (muita coisa deixa de ser relatada), mas também se pode falar de ganhos significativos para a memória social e cultural.

...ao jornalismo cabe determinar, por sua essência, que somente alguns acontecimentos e versões serão noticiáveis e outros não. Isso não exclui, é certo, a seleção de natureza ideológica e política

---

<sup>7</sup> No processo de significação, signos estão destinados a gerar outros signos. O interpretante que o signo como tipo geral está destinado a gerar é sempre, também ele, um outro signo e assim gera-se de novo *ad infinitum* mais signos, de tal forma que se pode falar num constante desenvolvimento da significação. As notícias, enquanto traduções simbólicas dos acontecimentos também podem ser consideradas como signos que estão constantemente gerando outros signos.



existente também hoje. Mas inclui, é igualmente correto, inumeráveis acontecimentos de extremo interesse público, que só podem ser incorporados socialmente pela dimensão rítmica imediata do presente (Karam, 2004, p.31).

Estamos falando de um presente mediado pela linguagem e, em decorrência, pelos signos, que crescem na medida mesma em que se desdobram as possibilidades de percepção e de significação. Por isso, na medida em que crescem os significados, crescem as possibilidades de interpretação.

Eis aí, num mesmo nó, aquilo que funda a miséria e a grandeza de nossa condição como seres simbólicos. Somos no mundo, estamos no mundo, mas nosso acesso sensível ao mundo é sempre como que vedado por essa crosta signica que, embora nos forneça o meio de compreender, transformar, programar o mundo, ao mesmo tempo usurpa de nós uma existência direta, imediata, palpável, corpo a corpo e sensual com o sensível (Santaella, 2002, p. 52).

Ou seja, toda a percepção, mesmo que direta, é mediada, contém interpretação e assim se pode entender as notícias. Mediação esta que é por natureza parcial e falível, pois não é sua destinação oferecer acesso total aos acontecimentos. Não temos dúvida que existem diferentes formas de representação e compreensão das notícias na sociedade, em função das características inerentes à sua produção, uma vez que é realizada por pessoas inseridas num determinado contexto. Essa constatação em nada muda o propósito permanente da ação comunicativa, em busca constante de acesso aos acontecimentos e de chegar (idealmente) o mais próximo possível da veracidade dos fatos. Mas sempre será uma interpretação, uma tradução, cujos propósitos sequer são originais, já que os especialistas, instituições e práticas autonomizadas, como a justiça, a polícia, a educação e a política, se valem também da objetividade dos fatos para caracterizar situações, identificar atos e assim responsabilizar, punir, condenar, ensinar ou legislar.

No caso do direito, por exemplo, as rotinas de áreas específicas como os processos criminais, reúnem elementos de todas as esferas possíveis, numa espécie de ourivesaria dos acontecimentos, muito próximos do senso da opinião pública, mas com propósitos bem determinados e sistematizados para a sustentação jurídica.

Porém, isso é bem diferente de dizer que, em função da parcialidade, atributo humano, da habilidade dos profissionais da área do direito ou do privilégio mediador dos profissionais das mídias, existe uma espécie de fábrica de realidade ou de realidades, constituindo uma realização artificial, ou de um mundo forjado ou falso.



Pelo contrário, está-se tratando de um mundo percebível, ainda que se possa vê-lo pelo fragmentário, com todos os seus componentes e viés próprio do olhar parcial da atividade humana.

Mais do que isso, porque a notícia faz parte das esferas do cotidiano e o acontecimento que lhe dá origem é duplamente fragmentado: “Em sua origem é extraído de uma experiência que permanece fora do texto; em sua chegada, aparece como uma informação entre outras” (Mouilland, 1997, p. 69). Ou seja, o que se está questionando aqui é mesmo a idéia de construção do real, como substituto da representação, o que se observa em muitos estudos atuais desta área do conhecimento, como na citação a seguir, por exemplo:

Pero pretendo que es válido identificar la noticia como una realización artificiosa afinada según modos específicos de comprender la realidad social. Esos modos de comprender, constituidos como procesos y prácticas de trabajo específicos, legitiman el *status quo*. Además, sostengo que las teorías aquí desarrolladas podrían ser fecundamente aplicadas a la construcción social de otras clases de conocimiento y otras ideologías (Tuchman, 1983, p.230).

A noção de campos sociais mostra o quanto, na modernidade, tem sido importante a conquista de autonomia para os diferentes segmentos, de forma que se torna difícil aceitar a tese de submissão absoluta de um campo sobre outro. O que não invalida a observação de que os campos sociais sejam lugares de disputa intensa, em busca de instituição dos vários poderes que buscam visibilidade.

Além disso, ao se analisar o processo comunicativo em seu contexto, o pragmatismo semiótico não volta à concepção da teoria matemática da comunicação, cuja preocupação fundamental era apenas com a transmissão objetiva da informação.

A proposta interpretativa semiótica mostra algo diferente, ao apontar para tendências reais, que existem tanto na cultura quanto na natureza. Isto é, são universais e permitem a predição dos acontecimentos, regulam sua probabilidade, na busca constante pela verdade (Santaella, 2002).

Por isso, a coerência epistêmica nos leva a pensar em sistemas de produção ou de geração de notícias que assegurem constante referência com o objeto de que trata. O que em nada contradiz a idéia de que as notícias funcionem no mundo contemporâneo como mercadorias fragmentárias à disposição dos consumidores, com todos os seus



pressupostos e contratos, ou mesmo se deixa de admitir quão vulnerável é a sua produção.

Talvez o que se saliente, com a visão semiótica e pragmaticista, é o estatuto ou a constituição de tais mercadorias. Parte-se do princípio que, no mercado, estes entes simbólicos não estão prontos, pois contêm ao mesmo tempo o frescor das sensações primeiras, o que os torna tão atraentes, aliado à força de elementos concretos, materializados, investidos dos valores simbólicos, próprios da Terceiridade. Assim é que as notícias se apresentam, em constante processamento e elaboração simbólica em todas as suas fases (percepção, seleção e transformação).

Afinal, a referência constante é sempre o fato, relativo aos aspectos captados da realidade, matéria prima das notícias, já que o(a) jornalista busca dados do que ocorre ou ocorreu para estruturar as suas narrativas. Resulta que o produto jornalístico é sempre uma aproximação, regida pela deontologia profissional, pelos valores e pela ética desta atividade.

Isso é diferente de se considerar que tudo se refere somente ou principalmente à representação verbal, ou que a realidade está produzida ou fabricada pela linguagem.

Sin embargo, dentro del construccionismo hay matices diferentes. Según Pearce (1994: 271-273) en lo que todos os constructivistas están de acuerdo es, en primer lugar, que el lenguaje construye el mundo, no lo representa. En segundo lugar, sostienen la idea que la función primaria del lenguaje es la construcción de mundos humanos y, por último, se afirma que la comunicación es un proceso social fundamental. Las discrepancias se manifiestan en que mientras algunos afirman que vivimos inmersos en la lenguaje y no hay nada fuera de él, otros –como Pearce – afirma que el lenguaje forma parte de todas nuestras actividades, impregna a la totalidad pero no es la totalidad (Alsina, 2001, p. 178).

Somente com base nas noções que fundamentam as visões do idealismo e do realismo para entender que ao se atribuir centralidade à linguagem, à representação que temos das coisas, a idéia de construção faz sentido. Acreditamos, entretanto que, se por um lado somente podemos conhecer as coisas do mundo quando passam pelos nossos órgãos sensoriais, por outro, as coisas não existem apenas em função dessa mediação. Peirce mostra que existem coisas no mundo que não são apenas objetos de cognição. Ou seja, deve haver uma realidade última que pela sua natureza só pode ser aproximada, representada, o que mostra por um lado a dificuldade deste acesso, mas por outro reconhece que as coisas que percebemos realmente existem.



Mas a grande prova que Peirce apresentou a favor do seu realismo encontra-se na evidência de que nossa percepção comete erros. Deve, portanto, haver alguma coisa lá, em algum lugar diferente da nossa mente, que não depende da nossa percepção (...) Existe uma dimensão do real que não depende de nós. E nós mesmos, embora sejamos seres cognitivos, também interagimos como corpos físicos no mundo. Se alguém é atropelado na rua, pode-se converter numa simples massa física que não terá nada a ver com a cognição (Santaella, 1998, p.90).

Como se pode notar, a realidade das coisas do mundo é algo em contínua geração, que guarda a possibilidade de ser acessada, tornando-se possível de ser percebida de alguma forma, pelos signos. A linguagem e os signos, pois não há linguagem sem signos, na medida em que são eles os operadores desta mediação.

Quando o campo jornalístico cobre um acontecimento, fato que se impõe na cobertura midiática dada a sua significação para os diferentes segmentos, estão presentes mais do que operadores funcionais.

Um fato replicado pela mídia, como a possibilidade terrível de uma epidemia de Febre Amarela no Brasil, neste início de 2008, é algo muito maior do que um fato isolado e difícil de traduzir toda a sua significação e dimensão sócio-histórica. Há na mídia um grande investimento textual para traduzir esse fato, mas há também um sentimento subjacente em determinadas pessoas. Por isso, ante a cobertura da mídia e as inúmeras interpretações, os fatos carecem de tempo para serem interpretados em todas as suas dimensões. Ou seja, há sempre muito a depurar de componentes outros que não seja a busca frenética e constante pela realidade dos fatos, para que se possa compreender o que efetivamente acontece. Isso, só o fator tempo pode fazê-lo, curtindo lentamente os dados para que aflore a face ou as faces da verdade.

### **3. A realidade e as notícias**

Mas se existem aproximações, também se pode falar de afastamentos entre a realidade e as notícias, pois estas últimas tendem a se sujeitar à natureza e ao tipo de relações sociais e culturais que se desenvolvem entre jornalistas e suas fontes. Não apenas isso, pois também depende da política de conhecimento, da forma como as informações são processadas pelos segmentos sociais, o que aparece em cada contexto em que se dá a notícia (Ericson et al, 1989; Shibutani, 1966; Tuchman, 1993). Porém, estes vários poderes (político, social, cultural, econômico, etc) que se articulam no fazer



jornalístico, funcionam de tal forma que a produção jornalística é funcionalmente uma leitura.

Neste sentido, a partir dos temas da cotidianidade, o que é elevado à instância noticiosa compõe uma visão e uma compreensão mais ou menos correta. Pode ser precisa, bem informada, contextualizada, mas pode também funcionar ao contrário, na medida em que a entendemos como uma versão. Porém, é importante salientar que não se está tratando de qualquer versão, corriqueira, ocasional ou totalmente arbitrária. Eis que para a sua formatação a notícia deve prestar contas aos estatutos de uma profissão, à deontologia jornalística, à ética profissional e a própria sobrevivência de uma atividade que atende a expectativas de mercado. Ou seja, não se trata de qualquer coisa sobre o acontecimento o que se observa nas páginas dos jornais, nas rádios ou nas TVs. A mídia não sobreviveria se vivesse apenas de simulação. A sua força é justamente arrastar consigo a realidade, o que faz com maior ou menor competência.

A existência de pressões é um fenômeno natural e como já vimos não acontece apenas no âmbito do jornalismo. Em parte isso se deve justamente às mencionadas operações dos campos sociais. Contexto onde estão interesses, entre os quais da própria mídia, que agem em busca de instituir os seus valores, as suas ideologias.

Chega-se, então, ao terceiro aspecto salientado por Thompson (1995), que é o de *recepção e apropriação* das mensagens, o que acontece dentro de circunstâncias sócio-históricas específicas. Desta forma, os receptores percebem estruturas enunciativas que por um lado constituem uma face da realidade, mas, sobretudo, são vitais para a manutenção do próprio processo de produção continuada das notícias. Ainda que os receptores utilizem estratégias interpretativas próprias, e mesmo que sejam contrários às noções passadas nas informações, estão reagindo a um discurso engendrado pela cultura da mídia, pelas operações que a regulam. Neste sentido, concordamos com Tuchman (1983, p. 99), de que os receptores, assim como “los reporteros y editores, participan en la creación de noticias como respuesta cultural a las condiciones estructurales”. A idéia concorda com a noção de semiose, em que cada interpretante, sendo ele próprio um signo, dará lugar a uma nova interpretação e assim sucessivamente.

Especificamente com relação a este ponto, observamos que a idéia se ajusta também àquela de resposta ativa, de que fala Bakhtin (1997). Também a reflexão de Rodrigues (1997) que identifica como próprio ao *processo de escuta*. Diz ele que apesar de silencioso, “o público está presente na cadeia de elaboração do discurso, e é



deste silencioso processo de escuta que o discurso da mídia recebe o seu princípio, o seu alimento, a sua razão de ser, o seu sentido” (Rodrigues, 1997, p. 218).

Uma vez que integrados na teia social, a tendência é que os receptores levem para o meio onde vivem as informações (as versões) e assim colaborem para que se prolongue a discursividade (semiose) noticiosa.

Deste modo as mensagens da mídia adquirem o que chamarei de “elaboração discursiva”: elas são elaboradas, comentadas, clarificadas, criticadas e elogiadas pelos receptores que tomam as mensagens recebidas como matéria para alimentar discussão ou o debate entre eles e com os outros (Thompson, 2002, p.100).

Ao falar do que acontece na recepção, Verón, (1997) pensa que se trata da produção de outro texto pela sociedade, a partir daquilo que é percebido. Por isso, fala da necessidade de análise específica das condições de produção e de reconhecimento, que envolvem gramáticas próprias e, portanto, ele entende que se trata de duas leituras. Importante salientar que uma e outra convivem numa relação direta de dependência, de tal forma que todo reconhecimento engendra uma produção e toda produção resulta de um sistema de reconhecimento.

Si, por ejemplo, tal tipo de “mensaje” de los medios masivos tiene efectivamente un poder sobre los “receptores”, ese poder sólo puede interesarnos en la forma del sentido producido: comportamientos, palabras, gestos que definen, a sua vez, las relaciones sociales determinadas por los mencionados “receptores” y que se entrelazan, así, en la red infinita de la semiosis social (Verón, 1997, p.27).

Ao falar de *semiose*, Verón se refere a um sistema de realimentação contínua e que gera múltiplos sentidos, já que são inúmeras as possibilidades de leitores e de leituras possíveis no decorrer do tempo e nas condições específicas (condicionantes ideológicos) em que acontecem. Ou seja, a sociedade é atravessada pelos inúmeros discursos, entre os quais o midiático.

Por outro lado, a produção de notícias também refere o contexto do próprio indivíduo, jornalista, enquanto alguém que tem o seu olhar personalista (racional, emocional, ideológico, etc), mas também o olhar do profissional (intelectual, em busca da verdade), atraído para alguma coisa. A atividade de produção jornalística é, então, algo situado técnica, cultural e historicamente, pois acontece num quadro existencial dos indivíduos, com seus modos de perceber e no enquadramento do clima organizacional de uma determinada instituição. Esse contexto também se mostra e traduz a forma de explicitar, de apresentar.



#### 4. Elementos para reflexão

Ao resultar a apresentação textual jornalística de operações onde estes aspectos atuam, podemos dizer que o jornalismo compõe discursos que dão conta de aspectos do real e que serão representações mais ou menos fidedignas dos acontecimentos, em função da sua capacidade de aproximação com o que de fato aconteceu. Neste sentido, o fazer jornalístico se trata idealmente ou segundo a deontologia desta profissão, de uma busca constante pela verdade, que teima em se mostrar distante.

Além disso, existem outras variáveis, ditadas pelas operações do mercado editorial, empresarial, onde as notícias são veiculadas, e que influem na forma de apresentação e que podem determinar até sua inviabilização. Ao analisar o comportamento dos jornais na cobertura dos fatos da Capital Federal, Brasília, Zélia Adghirni constata que:

No expirar do *deadline* dos grandes jornais e das maiores agências de notícias, apesar do rigoroso planejamento das editoriais, grande parte das informações vai para o lixo por falta de espaço. Ou porque entram anúncios (este é outro assunto) ou porque na hierarquia dos fatos noticiáveis algumas notícias são prioritárias em função das políticas editoriais dos jornais ou do próprio ritmo dos acontecimentos impõem (...) A hora é mais importante que a notícia (Adghirni, 1997, p. 464).

A preocupação com as injunções que demarcam o conteúdo noticioso é importante porque a cobertura midiática e a opinião pública estão fortemente relacionadas, conforme aponta a teoria do agendamento, ou da *agenda-setting*, como é mais conhecida (Traquina, 2001, p.26).

A influência da mídia na vida cotidiana parece inegável. Afinal, ela está compondo a esfera ou o ambiente da vida contemporânea. Essa relação entre mídia e sociedade, entretanto, não é unidirecional, pois, também como já apontamos, a agenda pública é onde se abastece a agenda jornalística. Mais do que isso, já que as próprias conversações na vida cotidiana são resultantes de um processo contínuo de negociações.

Tales procedimientos conversacionales son negociables y negociados (...) En otros términos, si ha quedado la impresión de una serie de mecanismos conversacionales rígidos, aplicados automáticamente, que vinculan a los locutores a la pasividad total de ejecución, no es así. Se trata por el contrario de métodos y procedimientos que los sujetos coordinan y aplican cooperativamente (aun cuando de modo inconsciente): en este sentido se puede hablar de ‘trabajo de la (en la) conversación’ (Wolf, 1982, p. 215).



Ou seja, há uma competência conversacional que as pessoas adquirem com o tempo. A agenda pública influencia, reciprocamente, a agenda do jornalismo. Além disso, é preciso superar a idéia da sociedade como uma homogeneidade silenciosa de comportamentos, o que levaria à idéia de recepção paciente, de homogeneização, dominação ou de manipulação da cultura de massa, conforme inicialmente pensavam Horkheimer e Adorno (1947). Acreditamos que o termo mais correto seja mesmo *influência*. As pesquisas mostram que as pessoas reagem de forma diferente de tal forma que o impacto da função de agendamento “não é igual para todas as pessoas e depende da necessidade de orientação” (Traquina, 2001, p.37).

Significa que existem pessoas que, uma vez demandantes, acolherão mais avidamente as informações veiculadas pela mídia para a tomada de decisão. Isso se deve à necessidade que essas pessoas têm de orientação que, no caso, pode ser subsidiada pelas informações transmitidas pelos meios. Mas igualmente existem outros graus de orientação de tal forma que o acolhimento pode ser pouco, muito pouco ou até quase irrelevante. Ou seja a influência do agendamento está condicionada a determinadas situações, o que se observa pelo modo mesmo do seu aparecimento.

Envolve, ainda, a reflexão sobre a qualidade da mediação, quando se trata do contexto da mídia. Martin-Barbero (1998) já nos mostrou um mapa, alertando para a necessidade de evitar o que chama de pensamento único, que faz a apologia da tecnologia como a grande mediadora entre as pessoas e o mundo, já que, segundo ele, o que a tecnologia medeia, de modo mais intenso e acelerado, é a transformação da sociedade em mercado e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos). Significa que não podemos esquecer a força das históricas mediações socioculturais, que permitem pensar em novos sentidos e novos usos sociais dos meios.

O que implica, da parte dos meios, uma certa capacidade de impor regras aos jogos entre significação e situação. Porém, uma coisa é a significação da mensagem e outra, aquilo a que alude a pragmática quando faz a pergunta pelo sentido que tem para o receptor a ação de ouvir rádio ou de ver televisão (Martin-Barbero, p.19, 1998).

Esta capacidade de superação do organismo social, de resistência social a que se refere Martin-Barbero é importante porque nos remete para a contínua formação de novas configurações de público, capacitados por formas criativas de convivência, marcados pela autonomia e pela insubmissão. O que não quer dizer que os meios se



importem com isso ou que deixem de cumprir suas funções a partir das lógicas que os regulam, especialmente as de mercado.

Como vimos o jornalismo opera com observações e interpretações da realidade (e essa operação de reprodução não constitui outra realidade) e neste sentido é um amplo e fértil campo para os estudos diversos, especialmente no que afeta a áreas que tratam da linguagem e dos fenômenos sociais.

### **Referências bibliográficas**

ADGHIRNI, Z.L. *Routines* produtivas do jornalismo em Brasília. In: **O jornal, da Forma ao sentido**. Mouillaud, M. Sérgio Dayrell Porto (org), Adriano Duarte Rodrigues et elii, Tradução de Sérgio Grossi Porto. Brasília: paralelo 15, 1997, p.449-468.

ADORNO, T.W. A indústria cultural. In: **Comunicação e indústria cultural**. Org. Gabriel Cohn. São Paulo, editora Nacional, 1978. P. 287-295.

ALSINA, M.R. Teorías de la comunicación: Ámbito, métodos y perspectivas. Barcelona:Universitat de València, 2001

BAKHTIN, M. M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2ª edição, 1997. Tradução do francês por Maria Ermantina Galvão G. Pereira.

BRAGA, J.L. Constituição do Campo da Comunicação. In: **Campo da Comunicação. Caracterização, problematizações e perspectivas**. Antônio Fausto Neto, José Luiz Aidar Prado, Sérgio Dayrel Porto (org.). João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001. P. 11-39.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

HENN, R. **Pauta e Notícia, uma Abordagem Semiótica**. Canoas : Ulbra, 1996.

KARAM, F. **Ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 2001, 160p. 3ª edição.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

MOUILLAND, M., PORTO, S. D. (ORG.) **O jornal: da forma ao sentido**. Traduzido por Sérgio Grossi Porto, Brasília: Parelelo 15, 1997.

PORRO, R. LIVOLSI, M. Le agenzia di socializzazione, i mass media. In: Livolsi M. **La sociologia. Problemi e metodi**. 91. Milão: Teti . PP. 179-201, 1981.

RODRIGUES, A . D. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: **O jornal, da Forma ao sentido**. Mouillaud, M. Sérgio Dayrell Porto (org), Adriano Duarte Rodrigues et elii, Tradução de Sérgio Grossi Porto. Brasília: paralelo 15, 1997.

SANTAELLA, L. **A percepção**. São Paulo:Experimento, 1998.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.



THOMPSON, J.B. **Ideologia e cultura moderna**: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis:Vozes, 1995.

THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia.. Petrópolis-RJ: Vozes, 2002.

TUCHMAN, G. **La Producción de la Notícia**. México: Programas Educativos, S.A. ,1983.

TUCHMAN, G. Métodos cualitativos en el estudio de las noticias. In: Jensen e Jankowski. **Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, S. A, 1993.

TRAQUINA, N. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Néson. **O que é jornalismo**. Lisboa, Quimera, 2003.

VERÓN. E. **Semiosis de lo ideológico y del poder**: La mediatización. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC, 1997.

WOLF, M. **Sociologías de la vida cotidiana**. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A. 1982

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2002