



Jornalismo e Consumo Simbólico: Um Olhar Discursivo¹

Milton Julio FACCIN²
Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro , RJ

RESUMO

O presente artigo objetiva apresentar uma possibilidade teórico-conceitual que permitirá aos pesquisadores da prática jornalística analisar como se processa o consumo simbólico dos textos que circulam no mercado midiático. Foca-se no regime de discursividade do dispositivo jornalístico que tenta fazer com que seus pacotes significantes sejam reconhecidos pelo universo da recepção, através do estabelecimento de vínculos simbólicos, formalizados em termos de contratos de leitura. Tal regime garante a cada um dos dispositivos jornalísticos sua identidade no plano da comunicação social e possibilita mobilizar diferentes estratégias capazes de demarcar uma forma de olhar, conhecer, apontar e construir a realidade social.

PALAVRAS-CHAVE: discurso jornalístico, consumo simbólico, contrato de leitura.

1. O jornal e seu consumo

Do lado da pragmática, todo produto jornalístico é produzido para cumprir uma finalidade comunicativa e do lado da semiologia dos discursos sociais essa operação visa a mobilização de práticas discursivas que permitirão o reconhecimento dos pacotes significantes ofertados a um público específico. A esse processo, poderíamos chamar de consumo simbólico. Ou, seja, ao comprar um jornal, o leitor não estaria apenas adquirindo um produto cultural tangível, mas entrando numa rede significativa que pressupõe um saber previamente acumulado e que irá determinar o ritual de leitura, isto é de reconhecimento dos signos ofertados. Assim, quaisquer análises da prática jornalística e seu consumo simbólico devem situar-se, também, em um nível situacional

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ, email: miltonfaccin@yahoo.com.br.



do processo comunicativo que impeçam as análises generalizantes da formação discursiva do campo jornalístico para transcender ao jornal enquanto dispositivo que aciona permanentemente o ritual da linguagem em um determinado contexto.

Com Foucault (1995), tem sido possível pensar que as práticas discursivas dos jornais não constituem um projeto deliberado de um falante autônomo, a partir de uma intenção comunicativa, mas sim, que é assumido a partir de uma certa ordem, de um sistema de produção do discurso, de acordo com princípios de controle, seleção e exclusão que atuam sobre suas (re) produções de significados e sobre suas práticas específicas. Através do conceito formação discursiva³ é possível perceber diferentes tipos de discursos sociais obrigatórios, possíveis e interditos na configuração institucional do jornalismo. Daí a relativização da fundação gramatical de um texto e a evidência das especificações sociais e históricas fundadoras de um conjunto de enunciados, aos sistemas de regras que torna possível a ocorrência de certos enunciados e não outros em determinados tempos, lugares e localizações institucionais. Assim sendo, pela noção de formação discursiva, é possível determinar a posição do referente do discurso na sociedade em que ele ocorre, mas também a posição relativa que um enunciador - nesse caso um jornal - ocupa em uma determinada ordem institucional. Tal posição o habilitará a dizer determinadas coisas, de determinadas maneiras, que lhe interdita a falar de outros ou determinadas maneiras, que o obriga a calar ou a falar.

Para Foucault (*Idem*), o discurso é formado por elementos dispersos sem nenhum princípio de unidade. Cabe ao analista do discurso, portanto, estabelecer as regras de formação, capazes de reger o regime de discursividade do discurso jornalístico em operação. Essas regras permitem determinar os elementos que compõem o discurso: os objetos que aparecem, coexistem e se transformam num espaço comum discursivo; os diferentes tipos de enunciação que podem permear o discurso; os conceitos em suas formas relacionados a um sistema comum; os temas e as teorias, ou seja, o sistema de relações entre diversas estratégias capazes de dar conta de uma formação discursiva, permitindo ou excluindo certos temas ou teorias. Desse modo, a análise de uma formação discursiva consistirá na descrição dos enunciados que a compõem.

Obviamente que as formações discursivas do jornalismo que o tornam diferentes de outras formações, como a da política, da literatura, da educação ou religião também

³ Nas palavras de Foucault (Op. Cit.), formação discursiva é “(...) conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram numa época dada, e para uma área social, econômica, geográfica ou lingüística dada, as condições de exercício da fundação enunciativa”.

são importantes. No entanto, elas não dão das especificidades do consumo simbólico, já que o jornal ao cumprir a sua função comunicativa, aciona um regime discursivo que lhe é próprio. É pela operação do seu regime discursivo que cada jornal, cada um do seu modo, constrói sua competência de fazer saber, sua capacidade de intervenção social e legitimação de seu lugar de fala. Daí se falar de discursos jornalísticos no plural, já que não há um único discurso a ser consumido.

2. Consumo simbólico pelos vínculos estabelecidos

Como produto cultural, um jornal pode ser consumido por qualquer pessoa. Nele, há signos que são reconhecidos facilmente, uma vez que remetem a pré-construídos e a uma rede de significação mais ampla. Qualquer leitor alfabetizado poderá proceder a sua leitura e mesmo um analfabeto terá condições de decifrar certos elementos discursivos pela familiaridade cultural dos signos. No entanto, no primeiro e no segundo caso, há apenas o reconhecimento pragmático dos signos, visto a relação comunicativa no plano do jornalismo necessitar do estabelecimento de determinados vínculos simbólicos que permitirão a produção de sentido daqueles discursos ofertados. Ou seja, é no trabalho produtivo diário das notícias de várias ordens que cada dispositivo jornalístico tece sua legitimidade e presença no mercado simbólico. Assim, cada jornal constrói seu lugar de fala em relação a outros jornais e, em se constituindo espaço público de mediações sociais, sinalizam sua singularidade e compromisso de comunicação com seu público alvo.

Nesse sentido, para que o consumo simbólico ocorra, é necessário que os vínculos sejam criados entre os campos da produção e recepção, mediante a mobilização de práticas discursivas específicas durante o ato comunicativo em si. Como num circo⁴, em que o público opta por assistir ao espetáculo e dele fazer parte, onde o picadeiro é cuidadosamente preparado para a evolução dos atores, também os jornais seguem regras e normas de produção que garantem a estabilidade da relação comunicativa, constituindo-se num conjunto de saberes que diminuem a tensão entre produtor e consumidor dos discursos. Isso porque os jornais não se resumem a um

⁴ Faz-se aqui uma analogia das práticas discursivas dos jornais com a idéia de uma apresentação circense, onde se prepara a lona, montam-se as arquibancadas e cumpre-se um ritual secular de apresentação e desenvolvimento dos diferentes espetáculos, em muitos casos, com a interação da platéia. Para tanto, adota-se como metáfora a figura do ator circense para designar os jornais como sujeitos semióticos. Isto porque a denominação ator evoca em primeiro lugar a idéia de atuação e representação de um determinado protocolo previamente definido e, em segundo lugar, evoca o conceito sociológico de alguns autores, como, por exemplo, Alain Touraine, através do qual o sujeito é pensado como uma espécie de interventor do espaço social, o que Pierre Bourdieu denominaria de agentes.

conjunto de representações que cumprem apenas a sua competência informativa. Eles movimentam um regime de discursividade que serve de ritualística de reconhecimento, como se fosse um manual de operação, um guia de trabalho ou, no caso do circo, o folheto do programa do espetáculo e o pressuposto de que as pessoas vão ao circo para se divertirem. Isso faz com que os jornais não se convertam simplesmente no espelho da realidade (1988) ou numa caixa de ressonância (1994), capaz apenas de dar visibilidade ao cotidiano social. Ou seja, os dispositivos jornalísticos são aparelhos de enunciação que falam à sociedade através dos seus regimes discursivos que evocam tanto o conteúdo e a forma dos textos particulares (1997) como também o contexto da enunciação (1996) os saberes e as falas de outras formações discursivas. É aí que se estabelecem os vínculos entre o jornalismo e o consumo simbólico.

Desse modo, os jornais entram no picadeiro para fazer o seu melhor espetáculo. Entram para ganhar a simpatia e confiança do leitor. E isso é inversamente proporcional ao grau de adesão da platéia às suas evoluções. Para tanto, os jornais mobilizam diferentes práticas discursivas, além daquelas mercadológicas, para estabelecer os seus vínculos com seu público. Assim, através das suas práticas diárias, os jornais procuram capturar os leitores para ingressá-los naquilo que Barthes (1999) chama de sistema de significação. Tal movimento discursivo faz com que cada um dos jornais estabeleça uma espécie de ritual social da linguagem (1989, p. 57) que deve ser compartilhado com os seus leitores para que este possa realizar as manobras de efeito de sentido sugeridas pelos dispositivos jornalísticos⁵. Ao conquistar adesão junto ao mercado simbólico, cada jornal garantirá, assim, sua identidade enquanto formação discursiva no campo da comunicação midiática.

Cabe assinalar que a noção de vínculo é definida por diferentes áreas do saber, desde a psicologia, sociologia e antropologia. Do ponto de vista da pragmática da comunicação, Bougnoux (1999) organizou alguns aspectos dos vínculos possíveis num processo comunicativo: O primeiro aspecto refere-se a questões levantadas pelos intelectuais da Escola de Palo Alto que colocam como axioma a proposição de que toda comunicação apresenta o aspecto do conteúdo e da relação. Esta englobaria o primeiro e

⁵ Seguindo as pistas oferecidas por Mouillaud (1997), o dispositivo jornalístico não seria uma simples entidade técnica estranha ao sentido, como é o suporte material do jornal impresso, são lugares nos quais se inscrevem os textos com uma especificidade em particular que o torna uma matriz que impõem suas formas ao texto. O jornal se inscreve no dispositivo geral da informação e contém, ele próprio, dispositivos que lhes são subordinados (o sistema de títulos, por exemplo).

seria, em consequência, uma metacomunicação. Assim, decifrar uma mensagem pressuporia saber previamente em qual quadro esta se dá, quer dizer, em que tipo de relação se inscreve.

Outro aspecto do vínculo na relação comunicacional foi também gestado na escola de Palo Alto, no qual comunicar é entrar na orquestra, jogando o jogo do código, inscrevendo-se numa relação compatível com os canais, os meios de comunicação, a rede disponível. É o caso da língua como código de comunicação ou quando numa conversação, os interlocutores adotam, às vezes, simetricamente, os gestos e até a voz do interlocutor, sem ter verdadeiramente consciência disso.

De Roman Jakobson, um dos pais da lingüística estrutural, vem o terceiro aspecto. Com a noção da função fática da comunicação, ele destaca o estar em contato, assegurando ao interlocutor o estar em relação, independentemente do conteúdo da mensagem. “Alô, está ouvindo?” foi o exemplo utilizado para ilustrar o vínculo estabelecido no processo comunicacional. Um último aspecto concentra-se na própria relação comunicativa, nos operadores não verbais de contato. Ao comunicar, o interlocutor envia mensagem cuja consciência permanece periférica ou latente para si; e o que os outros interlocutores percebem é de início o que lhe escapa. Um orador, por exemplo, concentra seu pensamento e sua vigilância crítica no fio lógico-verbal de seu discurso. Mas, ao mesmo tempo, seu corpo, o débito e a entonação de sua voz, sua postura e tudo o que está ligado com o gestual emitem em paralelo uma onda de informações e de sinais que ele pouco controla.

O ponto de vista semiológico alarga a visão pragmática do vínculo, que se estabelece à medida que os enunciadores colocam a linguagem em movimento em determinadas situações comunicativas, impondo características específicas a cada um deles. Frente ao contexto da produção do dispositivo jornalístico, a questão central para um trabalho analítico sobre o consumo simbólico refere-se exatamente ao modo pelo qual os jornais estabelecem os seus vínculos com o universo da recepção no quadro das determinações da cena social. É nesse processo que os jornais constituem a formulação de seus discursos facilmente reconhecíveis por seus leitores, porque estabelecem vínculos ao apropriar-se dos seus sentimentos, valores, emoções, fantasias dentre outros.

Assim, o consumo simbólico só pode ser estabelecido, portanto, porque toda atividade discursiva do dispositivo jornalístico está inscrita no quadro da ordem

institucional, considerada aqui como uma cena em que os sujeitos da enunciação se situam, no caso aqui, os jornais enquanto sujeitos semióticos. Seria aquilo que Foucault (1995) procurou mostrar que o enunciado é determinado pelo lugar que o enunciador ocupa numa determinada ordem institucional. Neste sentido, tudo o que é enunciado pelos atores na cena social é suscetível de ser pensado em função e em seus efeitos de instituição, na medida em que a legitimidade das práticas discursivas produz-se em função de discursos e campos discursivos. É a preparação dos jornais antes de entrar no picadeiro do circo, no mercado da informação jornalística e serem consumidos simbolicamente.

3. Perspectiva contratual do vínculo

Os vínculos que possivelmente se estabelecem no processo de comunicação são viabilizado pela existência de certos contratos de leitura entre o dispositivo jornalístico e o universo da recepção, já que as relações entre os sujeitos se dão essencialmente por vias das diferentes formas da linguagem.⁶ É através do estabelecimento de diferentes contratos de leitura que o leitor será levado a reconhecer legitimamente ou não qualquer que seja a publicação. (1992, p. 65)

Para Fausto Neto, contratos de leitura são:

(...) o conjunto de regras e de instruções constituídas pelo campo da emissão para serem seguidas pelo campo da recepção, condição com que ele insere no sistema imperativo proposto e pelo qual ele é reconhecido e, conseqüentemente, se reconhece como tal [...] os contratos de leitura funcionam como espécie de acompanhamentos, assédios, capturas do receptor, feitas no âmbito e da especificidade dos discursos, que podem ser chamados de espaço imaginário. (1992, p. 65)

Dois aspectos podem-se tirar do conceito apresentado por Antônio Fausto Neto: (1) pelo contrato de leitura é possível reconstituir as condições de produção de determinados discursos. Isto porque é no seu interior que as marcas e os lugares dos enunciadores, a especificidade do discurso em produção e em funcionamento e, também, os outros saberes mobilizados se fazem presentes. (2) pelo contrato de leitura o leitor torna-se protagonista dos discursos jornalísticos porque, ao enunciar, o jornalista inevitavelmente sempre o considerará um candidato potencial do seu texto.

⁶ A linguagem é o principal mecanismo de estabelecimento dos vínculos sociais. Conforme sinaliza Pinto (1999:61), “(...) ao produzirem um texto para se comunicar, as pessoas utilizam a linguagem verbal e outros sistemas semióticos (como as imagens) (...) [estabelecem] vínculos socioculturais necessários para dirigir-se ao seu interlocutor (função de interação) e distribuir os afetos positivos ou negativos cuja hegemonia reconhece e/ou quer ver reconhecida (função de sedução)”.

Pela dimensão contratualista da linguagem, as práticas discursivas efetivam-se, sempre, em dois campos, tratando de códigos comuns e de instituir processos semânticos de significação que levem ao entendimento. Não se trata de ler os discursos sociais a partir de um processo binário (1987) marcado pela positividade do sinal, já que este exclui o sujeito do processo enunciativo (1991). Trata-se de romper com o modelo cartesiano, onde o sujeito é o centro, e ascende-se para uma perspectiva ternária. Deste modo, nas palavras de Charaudeau (1983, p. 50), a noção de contrato pressupõe que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais sejam capazes de entrar em acordo a propósito das representações de linguagem destas práticas. Conseqüentemente, o sujeito que se comunica sempre poderá, com certa razão, atribuir ao outro (o não-EU) uma competência de linguagem análoga à sua que o habilite ao reconhecimento. O ato de fala transforma-se, então, em uma proposição que o EU dirige ao TU para a qual aguarda uma contrapartida de convivência. Isto faz com que, através dos contratos, os dispositivos jornalísticos formulem modelos para as relações discursivas, em espaços particulares de enunciação (1989, p. 30).

Vale ressaltar que os contratos de leitura dos jornais constroem uma espécie de portas de entrada do receptor à realidade por eles construída e representada. Ao receptor, é oferecida a possibilidade de entrar nesta rede de imagens e palavras a partir das suas próprias experiências e saberes através do investimento dos seus mecanismos de projeção e de identificação com aquilo que se dá como objeto ofertado (1992, p. 65). Deste modo, é possível pensar que, discursivamente, um sujeito enunciador somente pode reportar-se ao seu semelhante apropriando-se da sua subjetividade, na medida em que o vínculo social entre sujeitos ocorre pela troca simbólica da linguagem.

Ao construir os seus discursos, os jornais projetam pontos de vista, levando o leitor para o interior das cenas ou, então, apontando a realidade, o referente. Por meio deste movimento, os jornais indicam as maneiras pelas quais os receptores devem dar conta desses pontos de vista, condicionando o leitor, em certa medida, a fazer os percursos no interior das suas páginas e fazendo com que ele reconstitua os elos associativos dos sentidos, a partir de investimentos de seus próprios saberes, mas também pela posição que os próprios jornais fazem ao estruturar os discursos sociais, partindo da noção mais ou menos implícita de que o universo da recepção já possui conhecimentos prévio acerca daquilo que lhe está sendo dito. (1991, p. 61)

São os argumentos citados acima que fazem os discursos jornalísticos serem considerados dispositivos de intervenção no tecido social⁶. Intervenção porque há saberes que os movem e as enunciações serão sempre particulares. Significa compreender que cada dispositivo jornalístico terá sempre a sua própria técnica de entrar e construir o cenário social. Inteligibilidade porque é através dos seus regimes de discursividades (competências segundo certas estratégias, isto é, modo de dizer, realizada numa espacialidade e temporalidade definida) que os jornais se dão a entender. Deste modo, por exemplo, os jornais classificam a vida social; hierarquizam os acontecimentos; subordinam os acontecimentos a um espaço-temporalidade particular (programação das páginas); unificam todos os acontecimentos contidos numa mesma edição aos princípios de uma gramática de produção; usam outros discursos como pré-construídos, resultando em um efeito de reconhecimento; estabelecem tensões e aproximações interdiscursivas que resulta em novas associações.

É essa atividade cooperativa entre o produtor dos discursos jornalísticos e o universo da recepção que funciona como entidade imaginária, que leva o leitor a extrair dos enunciados jornalísticos aquilo que não está no plano do conteúdo. Ou seja, extrai aquilo que pressupõe, implica, promete; preenche os espaços vazios e faz as associações sugeridas. Fausto Neto (1999, p. 11) indica que não se pode esquecer que o receptor é alguém construído na própria economia enunciativa ou na produção imaginária dos organizadores e enunciadoreis do discurso. Deste modo, os contratos de leitura são âncoras que dão visibilidade aos vínculos sociais. Fora deles, há espaço apenas para suposições.

Nos termos descritos acima, o receptor é ativo porque age no interior dos discursos dos jornais não sendo apenas objeto de interpelação, mas também se reconhecendo enquanto tal (1992, p. 65). Isto porque os jornais, ao mobilizarem as suas práticas discursivas, imaginam que o leitor sabe do que se está enunciando e constroem os contratos de leitura, segundo certas modalidades identificadoras ou imaginárias, trabalhados ativamente no interior dos discursos construídos. Daí o poder de regulação⁷ dos jornais, a medida que há pressuposição do universo da recepção nesta rede imaginária e simbólica dos contratos de leitura ofertados em seus discursos. Tanto o campo da produção quanto o universo da recepção estarão circunscritos, também, a

⁷

Há trabalhos que revelam esse processo, como o de Araújo (ARAÚJO, Inesita. A reconversão do olhar. São Leopoldo: Ed.Unisinos, 2000).

outras dimensões externas ao espaço pragmático do processo de comunicação, como é o caso da língua, da cultura, dos saberes, das instituições, dos imaginários que também fazem parte da cena enunciativa. Por essa razão, a condição para se participar do mercado de consumo simbólico se dá mediante a regulação dos dispositivos técnicodiscursivos que lhes ensejam ser colocados no interior desta malha.

4. Gramática de produção e reconhecimento dos discursos

Diariamente, os chamados jornais de referência colocam à disposição uma seqüência de imagens, palavras e centenas de sinais gráficos sobre um calhamaço de papel cujo sentido aos poucos vai sendo construído nas práticas discursivas estabelecidas entre emissor (jornal) e receptor (leitor). Através da mobilização de jornalistas, máquinas, normas gerais, rotinas de trabalho, o jornal oferece aos seus leitores um texto e se apresenta como voz coletiva, como se fosse um sujeito que, através de seus discursos e é consumido simbolicamente. A esse conjunto de operações poderíamos chamar de condições de produção dos discursos jornalísticos. Assim é que o contrato de leitura se estabelece em cada dispositivo de enunciação.

Desse modo, a condição de produção é um dos conceitos, formulados por Eliséo Verón, que servem para sustentar a posição adotada neste artigo da relação entre jornalismo e consumo simbólico. Ou seja, do ponto de vista semiológico, as notícias não se produzem no vazio, numa simples lauda em branco, fruto da mera imposição factual do campo social. O fazer jornalístico pressupõe um conjunto de normas, regras, técnicas, rotinas de trabalho, pressões, atores e estruturas todas elas privadas que dão forma a um conjunto de informações sobre o cotidiano que, quando enunciadas, constituem a notícia.

Nessa perspectiva, condição de produção entende-se, em primeiro lugar, aquilo que a tradição marxista define como a infra-estrutura econômica na qual as mercadorias são produzidas. A empresa jornalística representa a infra-estrutura econômica que dá o suporte material para a produção das notícias e lhe solicita retorno enquanto mercadoria. Neste sentido, quando se refere aos discursos sociais, “condição de produção” abarca, além da produção, a forma como se constitui a sua circulação e o seu consumo.

Em segundo lugar, condição de produção significa, também, o lugar da construção da realidade, onde se estabelece a produção de sentido. Pela perspectiva semiológica, as condições de produção, conforme Pinto (1995:6), são “as cristalizações

que conduzem as falas de um diálogo (...) a se estruturar, conforme a finalidade que possuem e a eficácia dos efeitos obtidos”. O jornal fala ao leitor, mas este também fala àquele. Assim, as condições de produção do trabalho jornalístico deixam traços na superfície textual das notícias, capazes de identificar, dentre outros fatores, a situação que gerou o discurso, que são as suas próprias condições de produção.

Desse modo, é inerente ao discurso jornalístico a existência de uma tensão entre o texto e o contexto, que pela convivência do jornal com suas fontes, com a estrutura empresarial, quer pela convivência com seus leitores. Isso confirma que as condições de produção do discurso jornalístico incluem, além da produção em si, a circulação e o reconhecimento dos signos que acabam operando sobre o ato enunciativo. Tais condições de produção acham-se, portanto, não no lado manifesto do discurso, mas podem ser capturados através das marcas e traços deixados nos textos. Assim, as vozes que habitam o discurso jornalístico provêm de sujeitos socialmente constituídos e inseridos em situações concretas de comunicação. No caso deste artigo, as vozes desses sujeitos seriam as dos jornais enquanto sujeitos semióticos.

Para Verón (1981, p.173) compreender o sentido de um texto não está no conteúdo manifesto, uma vez que “é impossível conceber qualquer fenômeno de sentido à margem do trabalho significante de uma cultura, seja ela qual for e, por conseguinte, fora de uma sociedade determinada”. Compreender o sentido de um texto, isto é, entender como se dá o consumo simbólico de um texto está na análise da gramática que orientou a produção desse texto, já que esse é a materialização da sua condição de existência. Assim, a gramática seria a operacionalização concreta das condições de produção dos discursos jornalísticos, já que segundo Fausto Neto (1991, p.35), “os processos de linguagem não são apenas suportes a serviço da vontade do sujeito, mas ‘campos de forças’, ‘ambiente tencionado’, lugar exclusivo de onde se pode construir o real”. Portanto, o jornalismo não pode ser tomado como lugar de acolhimento dos ruídos da sociedade, como instância de representação, mas como lugar de produção destes ruídos, de construção da realidade, e embora os fatos sociais correspondam a um “índice do real” (RODRIGUES, 1988, p.10) ele apenas se constitui no e pelo regime de discursividade adotados pelos dispositivos jornalísticos.

Nesse sentido, as pistas de Fausto Neto (1994, p. 85) são interessantes porque compreendem o conjunto de normas, técnicas e regras do trabalho jornalístico. Tal conjunto pode ser composto pelas “vozes” internas ao próprio discurso jornalístico, que

mobilizam regras de vários campos (convenções gráficas, procedimentos profissionais, estilo, metodologias de reportagens) para construir o cenário discursivo a partir da cena social. Significa dizer que a produção da notícia é também condicionada por um conjunto de regras, normas, técnicas e poderes específicos do campo jornalístico, capaz de operar a própria construção dos sistemas de representação, que se estabelece na fase produtiva das notícias.

Tais considerações colocam em evidência o papel do receptor no processoproductivo das notícias. Para Fausto Neto (1994, p. 210), o receptor consome um volume de informações mediante as “inteligibilidades sobre a noção de atualidade”, construídas pelos dispositivos jornalísticos. Assim, se sepulta a idéia de que o receptor é permanente vítima do processo de comunicação. Em termos de expectativa do jornalista produtor das notícias, haveria uma aposta na manutenção de um contrato não explícito para manter o vínculo emissor-receptor, pela gramática de produção. Isso permitiria uma aproximação do dispositivo jornalístico com o universo da recepção, a mediada em que as condições de produção mobilizam mecanismos criados de maneira particular, levando-se em conta sempre uma proposta de recepção.

5. Em conclusão

Pelos argumentos apresentados neste artigo, pode-se concluir que o consumo simbólico dos discursos jornalísticos dependerá de cada contrato de leitura estabelecido. São eles que permitirão a cada dispositivo jornalístico estabelecer vínculos com os seus receptores, garantindo a sua identidade e rompendo, assim, como o paradigma jornal. Ou seja, mesmo que os jornais pertençam a uma formação discursiva semelhante que os identificam no plano da comunicação midiática, o contrato de leitura passa a traduzir o exato momento em que eles, em concorrência mútua no mercado simbólico, são percebidos, reconhecidos e finalmente consumidos pela sua singularidade, tornando-se, portanto, o jornal. Por outras palavras, cada dispositivo jornalístico se identificará por sua diferença. Tal singularidade dos jornais é construída, diariamente, através das práticas discursivas mobilizadas pelos dispositivos jornalísticos. Mesmo porque o jornal consumido pelos leitores seria uma referência vazia não fossem as suas práticas discursivas. Desse modo, os jornais passam a ser referentes dos seus próprios discursos.

REFERÊNCIAS



- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil/Difel, 1999.
- BENVENISTE, Émile. **Problemas de lingüística geral**. São Paulo: Pontes, 1991.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours**. Paris: Hachette, 1983.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Mortes em derrapagens. Os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.
- _____. *A sentença dos mídias. O discurso antecipatório do impeachment de Collor*. In: Compós. Brasil: **Comunicação, cultura e Política**. São Paulo: Diadorim, 1994.
- _____. *A deflagração do sentido. Estratégias de produção e da captura da recepção*. In: Revista Textos de Cultura e Comunicação. Salvador: Mestrado UFBA, n 27, 1992.
- _____. **Comunicação e mídia impressa. Estudo sobre a AIDS**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- _____. *A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção*. In: Mauro Wilton de SOUZA. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo, Brasiliense, 1994.
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- LANDOVSKI, Eric. **La société réfléchie**. Paris: Seuil, 1989.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes, 1989.
- MOUILLAUD, Maurice. **O jornal. Da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- PINTO, Milton J. *Contextualizações*. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton. (Orgs.) **O indivíduo e as mídias**. Revista da Compós. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.
- SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 1987.
- TRAQUINA, Nelson. *As Notícias*. In: Revista de Comunicação e Linguagem. Lisboa: n 8, 1988.