



## **Os Jornais como Notícia: Vozes da Comunidade Interpretativa?<sup>1</sup>**

Bruno Souza Leal<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo busca observar algumas relações importantes que envolvem os veículos jornalísticos como parte da comunidade interpretativa do jornalismo, tendo em vista um fenômeno cada vez mais recorrente: a presença de jornais, revistas e outras mídias noticiosas como protagonistas de acontecimentos. O ponto de reflexão, neste momento, dada a complexidade da questão e do fenômeno estudado, é da apreensão da voz, da fala do veículo jornalístico como um ator social, como um sujeito semiótico. Em outras palavras, busca-se aproximar-se desse problema através da observação e da sugestão de relações que indicam como, através de notícias protagonizadas por jornais é possível reconhecer elementos para a configuração da voz de um veículo noticioso e sua inserção na comunidade interpretativa jornalística

**Palavras-chave: Jornalismo; Veículos; Voz; Comunidade Interpretativa**

Em um dos seus artigos mais conhecidos, a americana Barbie Zelizer cunha o termo “comunidade interpretativa” para designar uma dimensão informal, mas decisiva, do processo de produção das notícias. Segundo Zelizer, nas suas trocas cotidianas, nos seus contatos interpessoais que marcam seu dia-a-dia como profissionais, os jornalistas desenvolvem tanto um discurso sobre si quanto sobre os acontecimentos que constituem a base de seu trabalho. Esse discurso estabelece certos padrões de autoridade, de comunicação e de memória, que, por um lado, permitem a percepção de pertencimento a uma profissão, de partilha de uma identidade e de valores, posições e concepções ali constituídos. Por outro, possibilitam a circulação de parâmetros interpretativos que orientam a leitura do mundo e dos acontecimentos. Para Zelizer, portanto, a comunidade interpretativa surge como uma alternativa para a apreensão do *ethos* jornalístico, para além de sua dimensão formal, seja ela caracterizada através de regras deontológicas, de processos educacionais, etc.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Bruno Souza Leal é professor do PPGCOM/UFMG



Nesse sentido, a perspectiva adotada pela pesquisadora americana permite alcançar toda uma rede imaterial, abstrata, que orienta a produção das notícias, e na qual os jornalistas deixam de ver vistos apenas como mediadores regulados institucionalmente. A noção de “comunidade interpretativa” tem o mérito de dar visibilidade a um processo reflexivo, fundamental à produção da notícia, no qual entram percepções intersubjetivamente construídas de cada jornalista tanto sobre si e seu trabalho, quanto sobre os acontecimentos e o mundo. É através do discurso produzido e continuamente modificado por sua comunidade que os jornalistas, diz Zelizer, discutem, avaliam e até põem em causa “...o consenso dominante relativo à prática jornalística, facilitando sua adaptação a tecnologias e circunstâncias em mudança, e ainda a estatura em mudança do trabalho noticioso”. (ZELIZER, 2000, p.53).

Ainda que o foco da atenção de Zelizer seja os jornalistas e suas relações entre si e com os acontecimentos, a noção de comunidade interpretativa pode abrigar outros agentes ou outras dimensões. Pode-se alargar o conceito o suficiente para observar que a sobrevivência do jornalismo depende a difusão, entre aqueles que o consomem, dos seus parâmetros históricos e de seus valores – ideológicos, estéticos, etc – peculiares e regulatórios. Ou seja, também os leitores, telespectadores, internautas, etc, ao consumirem os produtos jornalísticos, passam a integrar a comunidade interpretativa, apresentando-se tanto como interlocutores, quanto avaliadores e ainda como portadores de uma memória dos seus momentos marcantes e acerca do que seria bom ou do mau jornalismo, uma notícia sensacionalista, melodramática, usual ou divertida, etc. As cartas de leitores e, especialmente hoje, os comentários postados em sites e blogs jornalísticos são indicadores claros dessa partilha de referências e de papéis.

Uma outra dimensão, talvez menos óbvia, mas cada vez mais presente, é a dos próprios veículos jornalísticos. Ainda que sejam vistos ora como entidades puramente organizacionais ora como meros suportes às notícias, os veículos jornalísticos têm nome, “assinam” uma leitura do mundo, configuram lugares de fala, referências histórico-geográficas e ideológicas (MOUILLAUD, 1997; LANDOWSKI, 1992, LEAL, 2009). Tanto quanto as notícias, os veículos são produtos jornalísticos que necessitam ser reconhecidos em sua peculiaridade e em contraste uns com os outros, de modo a estabelecerem sua identidade e suas condições de concorrência e de sobrevivência (ANTUNES E VAZ, 2006; LEAL, ANTUNES E VAZ, 2010a e 2010b).



Assim é que, no Brasil, se pode falar de um “leitor de Veja” ou de um leitor de *Carta Capital*, do telespectador, nada bobo, do *Jornal Nacional*, do ouvinte da CBN, de emissoras regionais, do assinante da *Folha* ou do consumidor deste ou daquele jornal popular. Os veículos jornalísticos, como membros da comunidade interpretativa, constituem-se como sujeitos que oferecem uns aos outros e aos demais integrantes, como os jornalistas e os consumidores, interpretações, acontecimentos, valores que configuram imagens acerca do jornalismo e do mundo.

Nesse sentido, este artigo busca observar algumas relações importantes que envolvem os veículos jornalísticos como parte da comunidade interpretativa, tendo em vista um fenômeno cada vez mais recorrente: a presença de jornais, revistas e outras mídias noticiosas como protagonistas de acontecimentos. O ponto de reflexão, neste momento, dada a complexidade da questão e do fenômeno estudado, é da apreensão da voz, da fala do veículo jornalístico como um ator social, como um sujeito semiótico. Em outras palavras, busca-se aproximar-se desse problema através da observação e da sugestão de relações que indicam como, através de notícias protagonizadas por jornais, por exemplo, é possível reconhecer elementos para a configuração da voz de um veículo noticioso e sua inserção na comunidade interpretativa jornalística.

#### 1) A voz autorizada dos veículos

Numa rápida leitura de um portal de notícias na web, por exemplo, uma pessoa se depara frequentemente com manchetes como “Economia brasileira é ‘bicicleta difícil de pedalar’, diz ‘Financial Times’”. Aqui, o jornal especializado em economia não é personagem de uma notícia sobre o mundo da mídia, mas um sujeito dotado de fala autorizada a oferecer interpretações conjunturais, a ponto de ser protagonista de matérias veiculadas nos portais Uol e G1. Ou seja, quando os dois portais produzem notícias como essas não apenas legitimam a personagem *Financial Times* como a estabelecem simultaneamente como parâmetro para o fazer jornalístico e para a interpretação dos acontecimentos. Menos informal que a dimensão interpessoal, caracterizada pela troca cotidiana dos jornalistas, essa faceta da comunidade interpretativa permite vislumbrar um aspecto importante dos veículos jornalísticos – sua fala - em sua ação, nada neutra, como mediadores sociais.



A presença constante de veículos jornalísticos nas manchetes e notícias de outros veículos não se restringe, como foi dito, à cobertura de acontecimentos sobre empresas e conglomerados de comunicação. Não se trata, ainda, de textos de caráter editorial, quando um veículo comenta as ações de outro. Ao contrário. Com mais frequência, trata-se de notícias acerca de acontecimentos e temas, nas quais os veículos são apresentados como protagonistas, como agentes interpretativos peculiares. No caso da matéria citada acima, em que o *Financial Times* analisa a conjuntura econômica atual do Brasil, a notícia dos veículos brasileiros baseou-se num editorial do jornal britânico, que, por sua vez, chama a si a condição de intérprete de informações que ele mesmo noticiou. As matérias tanto do Uol quanto do G1, baseadas num despacho da BBC News, noticiam a avaliação geral do *Financial Times* acerca da economia brasileira, reproduzindo alguns dados e três modos pelos quais o jornal britânico entende que o quadro “preocupante” poderia ser revertido. Observa-se, então, que o *Financial Times* sendo especializado e dando voz a empresários e experts, também arvora-se a especialista em economia, a ponto de avaliar dados, configurar um quadro e sugerir soluções.

Outra situação, também a título de exemplo, é a registrada, nesses mesmos portais, acerca das notícias do *The New York Times* sobre as investigações em torno do “caso Dominique Strauss-Khan”. No dia 08 de julho, por exemplo, o Uol traz a seguinte manchete “Strauss-Khan foi visto com uma mulher antes do suposto estupro, diz NYT”, que é quase idêntica à do portal G1, do mesmo dia, que apenas conclui a frase de outro modo: “diz jornal”. Aqui, não se trata de notícia baseada em editorial e sim de uma matéria informativa baseada em outra notícia. O *The New York Times* é apresentado como uma fonte, capaz de produzir afirmativas e de oferecer informações próprias, a partir de investigação que ele mesmo conduz. Ambas as matérias brasileiras, baseadas em parte em despacho da France Press, oferecem uma leitura do acontecimento tendo como referência a interpretação e a posição adotada pelo periódico americano.

Aliás, grande parte dos acontecimentos ligados à denúncia de estupro envolvendo o ex-diretor do FMI noticiados em julho e julho teve como protagonista exatamente o jornal nova-iorquino. Tais notícias estiveram presentes em portais, em jornais diários e revistas brasileiras. A título de exemplo, o G1, no período de 01 a 10 de julho, registrou a reviravolta no caso através de notícias em que o *The New York Times* surgiu como



personagem já na manchete: “Acusação contra Strauss-Khan está na ‘corda bamba’, assegura ‘NYT’ (1/07); “Strauss-Khan pode se livrar de ação, diz ‘The New York Times’”(1/07); “Camareira teria combinado golpe contra Strauss-Khan, diz ‘NYT’ (01/07) “Relatório descreve ataque de Strauss-Khan à camareira, diz ‘NYT’ (05/07); “Defesa de Strauss-Khan se reúne com promotores de Nova York, diz jornal” (06/07). É importante observar que esses exemplos referem-se apenas a matérias em que houve a remissão ao jornal nova-iorquino já na manchete. Ao longo desse período, registrou-se um conjunto bem maior de notícias em que o *The New York Times* figurou como personagem importante no caso em tela, ainda que seu nome não tenha composto as manchetes.

Seja quanto a notícia é baseada num editorial, seja quando ela refere-se a um texto informativo, alguns elementos comuns são bastante significativos. Inicialmente, chama a atenção o simples dado de que os veículos noticiados são construídos, sem o menor problema, como personagens dotados de voz, ou seja, dotados de identidade e capazes de falar, marcar posições, expressar opiniões e interpretações acerca dos acontecimentos, como indicam o uso recorrente de verbos *dicendi*.

Com isso, os veículos jornalísticos tem explicitada sua condição de dispositivos interpretativos, de agentes sociais cuja ação se materializa em notícias e em opiniões por sua vez sustentadas por outros atores. Revela-se então claramente uma cadeia interpretativa que expõe a mediação jornalística de maneira inequívoca. O texto inicial da matéria do G1, “Strauss-Khan foi visto com uma mulher antes do suposto estupro, diz jornal”, é esclarecedora, nesse sentido:

O ex-diretor-gerente do Fundo Monetário Internacional (FMI) Dominique Strauss-Kahn foi visto entrando em um elevador com uma mulher desconhecida na noite anterior a que supostamente tentou estuprar a camareira de um hotel de Manhattan, informou o jornal "New York Times". O NYT cita um policial, segundo o qual as câmeras de vídeo registraram imagens do ex-ministro francês e de uma mulher subindo em um elevador 1h20 de 14 de maio. A fonte afirmou ao jornal que a mulher foi identificada e localizada, mas se negou a falar com os investigadores.

O texto, como se vê, em momento algum duvida da informação do *The New York Times*, cuja capacidade de apuração e confiabilidade parecem autenticar a informação e



até mesmo as fontes, inclusive aquela que se recusa ao escrutínio da polícia. O nome do jornal, portanto, como que assegura, não sem risco, a veracidade das informações, uma vez mesmo que se apresenta como uma espécie de condensação implícita dos valores jornalísticos. Ao mesmo tempo, essa notícia, que chega aos leitores brasileiros através dos portais noticiosos ligados a dois dos mais importantes jornais impressos do país e também via uma prestigiada rede de tv britânica, a BBC, como que se torna o elo de mútuos reconhecimentos e legitimações..

Nessa cadeia circulação de notícias e também de partilha de valores e de legitimidade, a mediação jornalística apresenta-se envolvendo não apenas a transmissão de acontecimentos a leitores, mas um conjunto complexo de relações em que os veículos jornalísticos apresentam-se como atores fundamentais. Mais que meros suportes de notícias, os veículos constituem como sujeitos que configuram, não sem tensão, a mediação jornalística de modo peculiar. Nessa perspectiva, um dos aspectos importantes envolvidos nesse processo é o da seleção do que vai ser noticiado, algo que passa a ser visto não nos termos estritos da relação acontecimento/notícia, mas especialmente das condições particulares que a tornam possível e historicamente existente. Como observa Niklas Luhman, “os meios de comunicação se interessam pelo que é verdadeiro só sob condições fortemente restritivas”. Seu desafio, então, está não na definição do que é verdade, mas na seletividade, que, observa o sociólogo alemão, não só é inevitável como “desejada e regulamentada” (2005, p.56). Em outras palavras, os veículos, portanto, definem o que é verdade – o que é o acontecimento e o que dele deve ou pode ser noticiado – não apenas para si, na sua leitura do mundo, mas também em relação uns aos outros, constituindo-se como uma espécie de instância jurídica, garantindo a legitimidade da sua ação e de todo o “sistema”, para usar o termo caro a Luhman.

## 2) A competência interpretativa

Nos casos usados como exemplo, neste artigo, a fala dos veículos jornalísticos pode ser vista em dois momentos distintos. Num deles, o mais claro, o *The New York Times* e o *Financial Times* são apresentados como agentes interpretativos qualificados para dizer sobre o mundo, produzindo e avaliando informações. Noutro momento, os próprios portais noticiosos, o G1 e Uol, produzem suas interpretações acerca dos acontecimentos e da vida social, uma vez mesmo que avaliam e, em última instância, corroboram com o



que os jornais anglo-saxões dizem. Nesses dois momentos, chama a atenção a competência interpretativa que os veículos jornalísticos assumem, numa postura em que o sujeito observador é ao mesmo tempo testemunha e árbitro da ação alheia. Dessa forma, esse sujeito é o próprio protagonista da interpretação, manifestando-se através do que deixa ver, do que ratifica, do que faz ver ou deixa à parte da sombra.

No caso do *The New York Times* e do *Financial Times*, ambos os veículos são testemunhas da ação de outros agentes sociais, as suas fontes. Estas, porém, não são neutras e, especialmente, não são “naturais”, ou seja, mas passam a portar tal status exatamente em função da ação jornalística (NÉVEU, 2006). Seja porque produziram dados que foram ofertados aos jornalistas, seja porque estes colheram ali informações, as fontes só podem ser assim chamadas em função de sua integração ao processo de produção das notícias, instância que recolhe, avalia e dá – ou não – voz à sua fala. Nesse momento, o NYT e FT tem sua ação interpretativa reconhecida pelos veículos brasileiros, que creditam mérito à sua fala acerca dos acontecimentos, tanto no que diz respeito aos dados produzidos acerca quando da avaliação expressa acerca deles.

Já quando se olha para a ação dos veículos brasileiros, pode-se considerar que eles apresentam um olhar duplo: indireto em relação aos acontecimentos, vistos através da ação do *The New York Times* e do *Financial Times*, mas direto em relação ao agir desses dois jornais. É como se houvesse dois conjuntos de acontecimentos, simultaneamente noticiados. Um deles é certamente aquele de que tratam as matérias do NYT e do FT acerca respectivamente do “caso Dominique Strauss-Khan” e da conjuntura econômica atual do Brasil. O outro conjunto é a própria fala desses jornais, um dizer que “acontece” no mundo midiático e que conjuga, distintamente, a produção da informação e sua avaliação. Aparentemente, os veículos brasileiros colocam-se em posição distanciada em relação a esses dois conjuntos de acontecimentos. No entanto, aquilo que seria distanciamento à primeira vista, ao ser selecionado como verdade (mesmo que seja *uma* verdade possível) adquire legitimidade. Ou seja, o NYT e o FT são fontes inseridas numa mesma dinâmica que replica o processo que ambos jornais conduziram e protagonizaram. No entanto, é importante observar, o NYT e o FT não são fontes como outras quaisquer. Eles surgem nas notícias brasileiras como falas autorizadas, representativas de um olhar sobre o mundo. Há certamente uma



competência reconhecida nesse olhar e, mais ainda, compreende-se que essa fala não é individual, mas que integra um entendimento coletivo acerca do que é narrado.

Essa representatividade é conquistada em escala, à medida que o veículo jornalístico exerce sua competência interpretativa na leitura dos acontecimentos, na seleção e orquestração das fontes e na composição de suas histórias e avaliações. Tanto no caso dos jornais britânico e americano, quanto no dos brasileiros, portanto, os veículos constroem sua fala como uma espécie de “voz plural”, coletiva. Sendo fala de “segunda-mão”, os veículos afirmam, dizem, asseguram, como uma espécie de porta-vozes, tanto no sentido de uma instância que detém vozes alheias como na dimensão mais institucional de seu representante. Essa voz plural, coletiva, não é necessariamente polifônica, mas resulta da articulação de diferentes outras vozes, selecionadas e compostas com o intuito de representarem, de constituírem um conjunto, uma visão particular de um todo.

Desse modo, em sua porta-vozes, em sua fala plural, os veículos apresentam-se claramente como mediadores institucionalizados da realidade social. Uma mediação que eles mesmos buscam, produzem e que buscam legitimar, num movimento que é tanto “interno” quanto “exterior”. Afinal, por um lado, alcança todos os cuidados que envolve a relação notícia/acontecimento, como a seleção e o tratamento das fontes e das informações, ou seja, o processo de mediação abrigado e desenvolvido pelo veículo. Por outro, envolve a presença dessa mediação na vida social, num circuito em que estão presentes os consumidores, as fontes, os jornalistas e também as demais notícias e os outros veículos, formando uma espécie de instância coletiva, de comunidade interpretativa, que vai arbitrar, não sem filtros ou sem interesse, a qualidade da mediação em tela.

A fala dos veículos, sejam eles NYT, FT, Uol, G1, etc, apresenta-se então como uma manifestação no interior dessa comunidade, em que os parâmetros de prestígio e de desqualificação circulam e são associados às performances de cada um dos atores. Ao reproduzirem explicitamente a fala de alguns dos jornais mais importantes do mundo, que são tomados como modelo e referência para o fazer jornalístico, os portais brasileiros explicitam o papel dos veículos como atores tanto no mundo como na própria comunidade interpretativa do jornalismo. O distanciamento calculado das matérias, que ao mesmo tempo ratifica e expõe a leitura do mundo que aqueles jornais



fazem, manifesta o cuidado exigido pelos próprios valores assumidos nessa comunidade, ou pelo menos em parte dela. Nesse sentido, as vozes dos jornais surgem duplamente legitimadas e autorizadas em mais de um nível. Primeiro, jornalisticamente, pois têm sua ação reconhecida por outro veículo, que, por sua vez, se alimenta, indiretamente que seja, dessa mesma reputação. Há um gesto circular, portanto, em que o prestígio de um é garantido pelo outro. Afinal, quando um veículo jornalístico cita outro, nos termos vistos acima, ele tanto sugere que ambos compartilham o mesmo espaço simbólico, os mesmos valores e regras, quanto indica que estes estão incorporados em seu cotidiano fazer jornalístico. Com isso, esse validar mútuo reforça e faz difundir valores que regulam e legitimam, ao fim e ao cabo, o próprio agir jornalístico junto aos demais atores sociais, sejam eles consumidores, fontes e/ou instituições.

### **Referências Bibliográficas**

ANTUNES, E. & VAZ, P. “Mídia: um halo, um aro, um elo”. In: FRANÇA, Vera. & GUIMARÃES, C. (org.). *Narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60;

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*. São Paulo:Paulus,2006

FONTCUBIERTA, M; BORAT, H. *Periodicos: sistemas complexos*. Buenos Aires: La Crujia, 2006

FRANÇA, V.*Jornalismo e vida social*. Belo Horizonte: ed. UFMG, 1999

LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida*. Campinas: Pontes, 1992

LEAL, B. S. . Para além da notícia: o jornal, sua identidade, sua voz. *Revista Fronteiras*, v. 11, p. 113-123, 2009.

LEAL, B. S. ; ANTUNES, E. ; VAZ, P. Agendamento, enquadramento e noticiabilidade. In: Márcia Benetti; Virginia Fonseca. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. 1 ed. Florianópolis: Insular, 2010a, v. 1, p. 187-220.

LEAL, B. S. ; ANTUNES, E. ; VAZ, P. De quem é a agenda?. In: Márcia Benetti; Virgínia Fonseca. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. 1 ed. Florianópolis: Insular, 2010b, v. 1, p. 221-240.



LUHMAN, N. *A Realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005  
MEDINA, C. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988

MOUILLAUD, M. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 1997

NÉVEU, E. *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006

PONTE, C.. *Para entender as notícias – linhas de análise do discurso*. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, N (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

TUCHMAN, G. *Making News: a Study in the Construction of Reality*, Nova Iorque: Free Press, 1978.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

ZELIZER, B. Os jornalistas como comunidade interpretativa. Traquina, N. (org.) *Jornalismo 2000. Revista de Comunicação e Linguagens*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, n.27, fevereiro de 2000, p.50-65