



Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado¹

Frederico de Mello Brandão Tavares²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Resumo

Este trabalho busca apontar brevemente para algumas questões centrais que envolvem as “Teorias do Jornalismo” buscando, neste percurso, problematizar sobre certas generalizações ou lacunas presentes no esforço científico sobre o campo. Tal intenção configura-se num primeiro quadro de reflexões para se pensar o jornalismo especializado e suas distinções em relação ao jornalismo diário e/ou “puramente” noticioso, objeto privilegiado das principais pesquisas e estudos sobre jornalismo. Partindo de considerações sobre as revistas de circulação periódica ampla, tenta-se construir um olhar investigativo sobre o processo – realizado pelo jornalismo – de tematização/ mediação de grandes tópicos e assuntos no interior da vida social.

Palavras-chave

Jornalismo; Informação; Jornalismo Especializado; Revista.

São muitos hoje os estudos que buscam contemplar o jornalismo. A problematização em torno da área constitui, podemos dizer, um grande âmbito investigativo. Tal dimensão, no entanto, não revela uma autonomia desse campo, bem como o coloca, na sua origem e desenvolvimento, em contato com várias outras áreas do conhecimento; destacando-se neste espaço a Comunicação. As pesquisas comunicacionais entrelaçam-se historicamente com as pesquisas no campo do jornalismo e, atualmente, são também norteadoras dos enfoques para estas últimas. O jornalismo converge materialmente uma série de processos e práticas comunicativas e, por isso, seus produtos não só compõem uma possibilidade para se pensar a questão midiática – objeto de estudo muito caro ao campo comunicacional – como também permite pensar a comunicação para além da mídia.

A imbricação comunicação-jornalismo, tem apontado principalmente para interessantes formas de se construir o objeto jornalístico, evidenciando e chamando a atenção (quase que alertando) sobre a complexidade e a densidade de tal objeto. Nesse sentido, apresenta-se um caminho teórico-metodológico interessante: pode-se olhar para as pesquisas e estudos (mais teóricos) do campo buscando dissecar *como* foram feitos e

¹ Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

² Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: fredericombtavares@yahoo.com.br.



sobre *o quê* falam. E, focando tais âmbitos, é que surgem brechas para se problematizar o campo (processo que diz de uma circularidade científica), como pra se avançar criticamente sobre ele.

Tal proposta ou percurso, no entanto, demandaria, já de antemão, um levantamento das pesquisas existentes no Brasil e de seus estudos correlatos, bem como uma revisão do estado da arte sobre o campo jornalístico e/ou sobre as pesquisas comunicacionais sobre o mesmo. Entretanto, não será essa nossa preocupação principal. Sem fugir desta “necessidade”, mas certos do tom não muito profundo de tal revisão no curto espaço que aqui teremos, buscaremos nas próximas páginas levantar questões, problematizando sobre *como* e *o quê* se diz sobre o jornalismo, alcançando, ao final, nosso próprio objeto de pesquisa³: o jornalismo especializado de revista e seu envolvimento com a tematização/ mediação de tópicos e assuntos na sociedade.

Breves apontamentos sobre o Jornalismo: possibilidades para reflexão

Segundo Vera França, o jornalismo “[...] nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro; da atração pela diferença, pela novidade, pelo distante; do enraizamento no mesmo, no próximo e em si que marcam a palavra humana desde sempre. Em síntese, o jornalismo faz parte do ‘dizer’ social” (FRANÇA, 1998, p. 26). Nessa lógica, o jornalismo aparece como um interlocutor no interior da sociedade, mediando temporal e espacialmente o próprio tecido da trama social. Conforme aponta a autora, o jornalismo opera como um dizer especializado, cujos discursos são resultado de um processo de produção intimamente relacionado aos processos e práticas sociais que o envolvem.

Tal reflexão, bastante profícua para pensarmos o campo e a prática profissional de forma mais abrangente, indica – em seu desenvolvimento⁴ – para outras questões e noções que aparecem em estudos da área, tais como: notícia, acontecimento, fato, informação, objetividade, credibilidade, fidelidade, suporte, dispositivo. Na formulação de um conceito para o jornalismo, certamente, estes são tópicos que aparecem enredados. Ou seja, para além de uma visão estritamente prática (e não menos importante) de jornalismo, muito presente, por exemplo, em manuais de redação ou

³ Investigação que estamos realizando desde março de 2007 junto ao curso de Doutorado em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos com apoio integral do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

⁴ Cf. FRANÇA, 1998.



livros técnicos sobre o assunto, tem-se aí uma espécie de “óculos”, propício para uma investigação científica do campo. Mas é justamente no “enredar” deste processo que algumas tendências aparecem.

Naquilo que se pode chamar por “Teorias do Jornalismo” ou nas pesquisas específicas sobre o campo estão presentes uma série abordagens sobre a constituição dessa atividade dentro da sociedade. Muito se aborda sobre a função social do jornalismo, sobre o jornalista como um comunicador social, sobre o papel do jornalismo e dos jornalistas na sociedade. Nesse contexto, a idéia de jornalismo aparece ligada a construções que abordam a produção noticiosa, a história do jornalismo, a relação do jornalismo com os meios de comunicação e suas práticas, com a literatura, e outras ênfases como, por exemplo, perspectivas sobre o jornalismo como forma de conhecimento, como representação ou como narrativa.

Tais estudos (ou teorias daí advindas)⁵, como aponta Nelson Traquina (2001), tem por questionamento central a seguinte pergunta: “Por quê as notícias são como são?”. Parte-se da relação do jornalismo com a realidade e busca-se entender como o produto final da atividade jornalística – a notícia – é formado, quais etapas e processos envolvem sua produção, quais contextos e ambientes perpassam sua elaboração, quem é o profissional que o produz, e, principalmente, quais são os referentes, a matéria-prima para a sua existência. As notícias são vistas como fruto dos acontecimentos, dos fatos que irrompem no cotidiano e que, entrelaçados no ambiente midiático-jornalístico, assumem novas dimensões e novas “roupagens” de acordo com os regimes de *visibilidade* e *noticiabilidade* que passam a envolvê-los. Há nesse processo uma “ação informadora”, resultado da convergência de uma série de forças, tais como: ações pessoais, ações sociais, ações ideológicas, ações culturais, ações físicas e ideológicas; todas elas mutáveis e/ou intercambiáveis, ou seja, nunca estanques (SOUSA, 2002).

Não se pode dizer, no entanto, que a notícia, enquanto um produto, esgote-se na sua produção – fase que compreende basicamente a coleta, seleção, processamento e hierarquização de dados – mas, provavelmente, “[...] essa é a etapa que mais concentra as atenções dos estudiosos, paradoxalmente talvez porque é a menos visível” (SOUSA,

⁵ “[...] ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias, que tentam responder à pergunta por que as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo *teoria* é discutível porque também pode significar aqui somente uma explicação interessante e plausível e não um conjunto bem elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras” (TRAQUINA, 2001, p. 65).

2002, p. 13)⁶. Busca-se, por meio de análises da produção noticiosa e da notícia em si, ver o jornalismo e ao mesmo tempo mostrá-lo⁷. Nesse sentido, compreender o jornalismo significa dimensionar e entender alguns processos de construção de sentido no interior de um campo profissional específico e bastante singular.

No caso das “teorias sobre a notícia” parte-se da idéia de que tal produto discursivo é sempre originado de um referente da realidade. Nas primeiras reflexões sobre o jornalismo, a idéia de objetividade casada à imagem do jornalista como um observador neutro e privilegiado na sociedade trazia uma perspectiva do profissional e dos meios como “comunicadores de fatos”, “divulgadores de informações”. Uma perspectiva que relacionava a lógica jornalística à lógica especular, onde o jornalismo e os jornalistas atuavam (ou funcionavam) como espelhos da realidade, reflexos do que acontece na sociedade. Havia aí a construção de uma certa ideologia para o campo, cujo principal reflexo estaria justamente na formatação de um lugar social para o jornalismo. As reflexões que se encontram neste primeiro momento (a idéia de um “jornalismo informativo” no final do século XIX e depois a de um “jornalismo objetivo”, principalmente nas décadas de 1920 a 1940) são decisivas por marcarem um primeiro mapeamento das relações jornalísticas na sociedade, direcionando para os seus “direitos” e “deveres” em relação, por exemplo, ao poder e à opinião pública.

No avanço das “teorias”, muda-se a perspectiva com que se olha para o referente e o tratamento que se dá a ele no interior das rotinas e ambientes da produção noticiosa. Sem esmiuçar estes estudos⁸, e por isso, realizando um grande salto, alcança-se uma perspectiva na qual “[...] os jornalistas não são simplesmente observadores passivos, mas participantes activos no processo de construção da realidade” (TRAQUINA, 1993, p. 168); e as notícias, portanto, são narrativas que contam a realidade, o que não as torna, vale dizer, um produto ficcional⁹.

⁶ Não podemos deixar de considerar também uma certa invisibilidade dos processos de circulação e recepção dos produtos jornalísticos. Mas sobre estes, ainda são poucos os estudos e obras de referência.

⁷ Nesse contexto, nota-se, muitas vezes, a aparição de certos estudos mais “pessimistas” ou “depreciativos” em relação ao jornalismo. Soma-se a isso, como aponta Érik Neveu, alguns outros obstáculos, que fazem no diálogo (ou confronto) jornalista e intelectuais: “[...] sendo o jornalismo inseparável das mídias nas quais ele se desenvolve, é também com as mitologias da comunicação – contraditórias e confusas – que se confronta todo o trabalho sobre o jornalismo. Algumas vezes tais mitologias celebram, com uma ingenuidade repetida, o anúncio de revoluções da comunicação e do jornalismo diante da aparição de qualquer nova mídia. Outras vezes, convidam a resumir uma essência dos problemas do jornalismo, sobre os quais tudo já teria sido dito há um século e meio, por Balzac, em *Ilusões Perdidas*” (NEVEU, 2006, 15).

⁸ Tal detalhamento pode ser buscado, por exemplo, nos em Pena (2005) e Traquina (2001, 2004).

⁹ “[...] a escolha da narrativa feita pelo jornalista não é inteiramente livre. Essa escolha é orientada pela aparência que a realidade assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e rotinas” (TRAQUINA, 1993, p. 169).



Sob essa perspectiva, nas palavras de Jorge Pedro Sousa (2002), a notícia constitui-se como um conjunto de “artefatos lingüísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e resultam de um processo de produção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores [...]” (SOUSA, 2002, p. 13). Tais fatores, segundo o autor, atuariam como variáveis de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, história e física (tecnológica), sendo incorporados e difundidos pelos diferentes meios de comunicação. A notícia, diz Sousa (2002), traz consigo uma novidade que tem sentido compreensível em determinados contextos (históricos e socioculturais), sendo o leitor/ receptor, responsável por reconhecê-lo e por atribuir-lhe seu último significado. Nessa direção, releva-se, ainda, que as notícias, produtos jornalísticos, resultado de um discurso elaborado de forma complexa, além de representar determinados aspectos da realidade cotidiana, “pela sua mera existência, contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes” (SOUSA, 2002, p. 13).

Neste contexto, aparecem então algumas perguntas: o que se diz sobre o referente jornalístico? O que ele significa? Quais são os referentes lidos ou criados pelo jornalismo?

Sobre o referente jornalístico

A discussão sobre o referente aparece nas mais diversas teorias que dão conta da representação da realidade. Muito associada à idéia de uma imagem, a representação é vista como uma construção que olha sempre para um aspecto da realidade, seu referente. Na teoria cinematográfica, na teoria artística, na teoria fotográfica, na teoria televisiva, muitos são os estudos sobre a relação destes tipos de processos de captação da realidade: qual realidade é captada, como captar essa realidade, o que significa essa captação, quais os sentidos dos produtos que dela se originam. Na teoria fotográfica, por exemplo, a relação com o referente apresenta-se como forma para se pensar os objetos fotografados e as maneiras de possíveis de se “ler” ou “encarar” o registro em questão.

Historicamente, quando do surgimento da fotografia e do início de sua consolidação (início do século XIX até primórdios do século XX) existiu um certo “consenso de princípio” que apontava a imagem fotográfica como *analogon* do real, como espelho e mímese da realidade. Como aponta Susan Sontag, “o fotógrafo era visto como aquele que deveria interferir, mas como um observador perspicaz, não como

poeta, mas como escritor” (SONTAG, 1981, p. 86). Um escritor que, na verdade, apenas operava uma máquina “movida à física e química”, luz e reagentes. O fotógrafo apenas “anotava” tecnicamente o real. Predomina aí uma atribuição de naturalidade à imagem fotográfica, uma supervalorização de seu grau de semelhança com o real, de seu caráter icônico.

Posteriormente, em um momento oposto, a fotografia passou a ser vista como “transformação do real”, ou seja, a imagem fotográfica não seria um espelho neutro, mas uma forma de análise, de interpretação e até de transformação do real. A foto como não só como uma imagem, mas também como uma mensagem, codificada.

Por fim, em um terceira abordagem ou momento, marcado principalmente pelo pensamento das últimas décadas do século XX, a fotografia passa a ser considerada como “um traço de um real”. Não se despreza mais a sua relação com o referente nem o seu caráter transformador da realidade. Nesta perspectiva, Phillippe Dubois (2001), baseando-se no pensamento semiótico (principalmente peirciano) traz o conceito de índice para pensarmos a fotografia. Relacionando o primeiro momento (as primeiras reflexões – fotografia como “espelho do real”) à qualidade icônica da imagem fotográfica e o segundo momento (fotografia como “transformação do real”) à qualidade simbólica, Dubois situa seu pensamento e nos receita uma espécie de “óculos semiótico” para olharmos a fotografia: “A foto é *em primeiro lugar* índice. Só *depois* ela pode tornar-se parecida (ícone) e adquirir sentido (símbolo)” (DUBOIS, 2001, p. 53, grifo do autor). Para o autor, ao se abordar o lado indicial (indexical) da foto, ressaltando o aspecto preponderante deste, dá-se, na verdade, um novo olhar para a fotografia e para os seus aspectos icônicos e simbólicos (TAVARES, 2006).

Comparativamente, o procedimento jornalístico se aproxima das representações fotográficas (e daquelas oriundas das imagens ditas técnicas)¹⁰. Este, também voltado para uma leitura do real a partir de regras, técnicas e normas específicas, produz notícias que funcionam como indícios da realidade. A notícia, assim como a fotografia, possui um caráter *indexical*. Dessa forma, os traços de real presentes no noticiário jornalístico conformam um jogo em que jornalistas e leitores trabalham lendo e relendo a realidade, criando um diálogo que permeia não só um modo de ser e estar do profissional aí envolvido como todo um complexo e amplo processo. E a

¹⁰ Tal comparação pode ser observada também em Traquina (1993).



compreensão de tal processo, como sugere Traquina (1993), torna-se possível justamente na compreensão do próprio processo de produção da notícia¹¹.

Pensando apenas o âmbito da produção e da mensagem, podemos dizer, que as notícias são resultado de uma percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as próprias notícias). Assim, a estratificação deste recurso (matéria-prima/acontecimento) “consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência de notícia, numa palavra – noticiável” (TRAQUINA, 1993, p. 169). Os acontecimentos, portanto, pela sua *notoriedade*, são a base e os referentes para a produção noticiosa, gerando-a ou, inclusive sendo gerados por ela. Eles são trabalhados jornalisticamente, adequando-se, ou mesmo surgindo, de acordo com critérios e valores de noticiabilidade intrínsecos às lógicas temporais e espaciais que envolvem o fazer jornalístico. Como aponta Adriano Duarte Rodrigues (1993), a notícia seria um meta-acontecimento discursivo, que se dedica a falar sobre um outro acontecimento, este, um acontecimento notável, singular e concreto que (ir)rompe na tessitura da realidade¹². Os acontecimentos são transformados em notícia pelo sistema jornalístico, sendo a notícia, a unidade discursiva desse sistema.

Tem-se nessa dinâmica jornalística uma caracterização do acontecimento e da realidade. O primeiro, como um referente que pode surgir, como relembra Traquina (1993) em qualquer parte e em qualquer momento; e a segunda, como um eixo norteador da relação entre o jornalismo e seu leitor, servindo de base para a mensuração do que deve ser noticiado, bem como uma balança reguladora da credibilidade do jornalista e da empresa, veículo de comunicação, no qual está inserido.

O acontecimento, referente maior do jornalismo e de suas práticas noticiosas, traz consigo ainda uma outra noção: a de informação. Para Rodrigues (1994), a informação, associada ao acontecimento, refere-se à uma realidade que pode ser medida pelo cálculo de probabilidades, sendo o valor de informação de um

¹¹ Encerrando a rápida analogia do processo jornalístico com o processo fotográfico, podemos nos remeter às reflexões de Jean-Marie Schaeffer sobre a *arché* da fotografia. Segundo o autor, somente através do nosso saber sobre a gênese fotográfica é que a fotografia torna-se, de fato, portadora da própria realidade e dota-se de um grande poder de convicção. “Além do conhecimento do mundo, é necessário ainda ter o conhecimento do *arché*: uma fotografia funciona como uma imagem indicial, contanto que se saiba que se trata de uma fotografia e o que esse fato implica” (SCHAEFFER, 1996, p. 38). Seguindo tal lógica, a busca pela compreensão da produção noticiosa sugere uma busca do próprio significado da notícia e, por que não dizer, do próprio jornalismo.

¹² Conforme aponta Adriano Duarte Rodrigues (1993), os acontecimentos tornar-se-ão noticiáveis de acordo com seu grau de menor ou maior previsibilidade de ocorrência no real. O acontecimento mais caro ao jornalismo “[...] é imprevisível, irrompe acidentalmente da superfície epidérmica dos corpos como reflexo inesperado, como efeito sem causa, como puro atributo” (RODRIGUES, 1993, p. 29).



acontecimento inversamente proporcional à sua probabilidade de ocorrência: “quanto menor for a probabilidade de um acontecimento ocorrer tanto maior será o seu valor informativo e quanto maior for a probabilidade de ocorrer, tanto menor será seu valor informativo” (RODRIGUES, 1994, p. 20-21). Associa-se a informação à natureza não constante e variável dos fenômenos, ligando-a à transmissão¹³ de um certo saber a um certo público, cujo valor irá variar de acordo com os conhecimentos, dados e fontes disponíveis no seio da sociedade.

Maurice Mouillaud (2002), também refletindo sobre a informação, aponta para a possibilidade de pensarmos o acontecimento como algo diretamente ligado ela, referindo-se ao primeiro como uma unidade cultural já codificada no interior do espaço do próprio ato informativo. “O acontecimento sempre possui a forma da informação” (MOUILLAUD, 2002, p. 57). Nesse sentido, diferentemente da noção de Rodrigues (1994), o acontecimento e a informação não seguem, respectivamente, essa ordem de sucessão. O acontecimento, mesmo antes de acontecer, já estará previamente embebido em acordos – implícitos e explícitos – entre os agentes da rede noticiosa jornalística. Acontecimento e informação não são vistos como instâncias autônomas, o que não impede, entretanto, de se pensá-las separadamente. Na lógica da produção noticiosa, o acontecimento ganha visibilidade¹⁴ e esta última é justamente uma das figuras da informação. “A informação é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido [...]” (MOUILLAUD, 2002, p. 38).

Complementando o pensamento de Mouillaud, Vera França nos diz: “o acontecimento constitui a matéria-prima que alimenta de fora; a informação se inscreve no domínio da forma” (FRANÇA, 1998, p. 31). Não há nisso uma dicotomia, mas uma circularidade. Forma e conteúdo se entrelaçam e, apesar da natureza distinta de cada uma dessas categorias, a forma

não opera fora do fato, ou apenas a partir do domínio do meio jornal, mas ela é também construída pela dinâmica da vida social. O acontecimento não ‘acontece’, de uma certa maneira, independentemente da forma informativa, nem é construído em

¹³ Não trataremos aqui das questões que envolvem a idéia de transmissão da informação e de uma certa unilateralidade envolvida nessa noção. De qualquer forma, vale afirmar que nosso interesse sobre o estudo do jornalismo relaciona-se a uma perspectiva mais ampla deste processo, que pensa sua globalidade e suas características no que lhe há de interacional.

¹⁴ Mouillaud (2002), de forma bastante interessante, associa o processo de visibilidade aos conceitos de enquadramento e representação e aponta, na construção do visível informativo, para o que há além do visível, o que “fica de fora do campo, o que sai do quadro”.



exclusividade pelo discurso da informação, assim como essa não é seu simples reflexo (FRANÇA, 1998, p. 32).

Além disso, como aponta França (1998), a informação jornalística traz consigo a marca do seu tempo, do presente, da atualidade da qual ela fala. Há na informação uma contemporaneidade que diz respeito não só à sua inscrição na página do veículo que a contém, mas também na leitura e nos outros processos discursivos que a enredam. A informação, como lembra também Patrick Charaudeau (2003), realiza-se através de sistemas significantes que compõem formas cuja finalidade é testemunhar o imaginário social que o homem constrói e no qual ele mesmo está inserido. Analisando discursivamente a informação, percebem-se as marcas da linguagem e a relação destas com os contextos sociais dos quais fazem parte.

Se olharmos as proposições acima, podemos perceber uma convergência. Todas falam, principalmente, de um jornalismo específico: aquele voltado para a notícia e sua produção. São estudos que, por recorte, ou mesmo por proposições mais amplas, olham para o jornalismo com uma ótica delimitada. Daí cabe a pergunta: como pensar o(s) jornalismo(s) que fogem ou redirecionam empiricamente essa perspectiva?

Questionando *como* e *o quê*

No interior dos estudos jornalísticos, encontram-se investigações voltadas para, o jornal impresso, para o telejornalismo e para o radiojornalismo e, por fim, ganhando força mais recentemente, para os veículos jornalísticos telemáticos (jornal online, “ciberjornal”). Neste conjunto, os estudos que caminham propriamente para uma certa “teoria geral” do campo têm, por referência maior, o periódico impresso e suas características, tendo destaque, principalmente, os veículos diários. Em alguns momentos, jornalismo e jornal impresso se confundem, o que não é necessariamente um erro. Mas é a partir de tais idéias sobre o jornalismo que alguns entraves aparecem.

Não se pode negar a primazia da lógica “fato-acontecimento-notícia-informação” e, conseqüentemente, o destaque, no interior dos estudos da área, para e para os conteúdos dos materiais discursivos aí produzidos. Jorge Pedro Sousa (2002) chega a dizer que os referentes principais dos discursos jornalísticos são, além de acontecimentos, também idéias e temáticas. Mas sobre estes dois últimos, sobre os processos que os mesmos passam a envolver quando inseridos no jornalismo, pouco se

tem explorado¹⁵. Segundo o autor, o acontecimento ganha a disputa com os outros dois, “[...] até porque o ritmo do trabalho jornalístico dificultaria que se desse uma ênfase semelhante às problemáticas e aos processos sociais invisíveis e de longa duração” (SOUSA, 2002, p. 21).

Tais colocações nos suscitam questionamentos instigantes, que nos levam a pensar criticamente as “teorias do jornalismo”. Se observarmos o breve (e livre) apanhado que realizamos acima sobre as principais conceituações sobre o campo, pode-se perceber que jornalismo e produção noticiosa se confundem com o jornal e sua rotina de trabalho. Nesse sentido, as reflexões, ao mesmo tempo em que trabalham de forma abrangente com as questões que cercam o jornalismo, acabam por generalizar uma série de aspectos sobre o mesmo. Há uma carência de olhares, por exemplo, em relação ao jornalismo especializado e aos referentes com os quais este lida. Nesse contexto, sai de cena o referente “acontecimental”, da ordem do inesperado, e ganham vida as temáticas e problemáticas de ordem menos factual mas, nem por isso, menos importantes.

Quando se pensa na relação do jornalismo, nos segmentos e publicações (ou programas audiovisuais)¹⁶ por ele criados para um público específico, descola-se a superfície “puramente” noticiosa e passam a configurar outras questões. Mas que jornalismo é esse? O que ele significa? Como pensar um jornalismo que não é de notícia? Ou, por exemplo, que notícia é essa? Com certeza, tais produtos não fogem a uma lógica de produção bem como estão assumidamente edificados num processo que tange a elaboração de uma pauta e a apuração de dados e fontes, que enreda procedimentos redacionais e discursivos, bem como adequações editoriais, critérios de *noticiabilidade* etc. No entanto, entram aí outras questões em relação ao tipo específico de jornalismo tais como: o tratamento de uma identidade, o julgamento de valores, a prestação de serviços, novas preocupações estéticas e visuais (uma programação gráfica distinta); enfim, nos termos de Mouillaud (2002), um novo posicionamento em relação “à forma e ao sentido”¹⁷, e também em relação à própria realidade social.

Nesse contexto, há também uma outra noção de informação, que foge daquela que aponta esta como o conteúdo da notícia ou como forma noticiosa do

¹⁵ “[...] podemos afirmar, parece-me, que os acontecimentos imprevistos e notórios de alguma maneira se impõem aos *media*” (SOUSA, 2002, p. 23).

¹⁶ Também podem ser incluídos nesse conjunto alguns suplementos veiculados em jornais impressos de grande circulação. Mas, uma vez no jornal, tais segmentos ainda trazem consigo, de alguma forma o perfil de um leitor mais “massivo”, ou melhor, menos distinto daquele previamente definido, por exemplo, pelas revistas.

¹⁷ Vale lembrar que tal reflexão de Mouillaud (2002) volta-se apenas para o jornal impresso diário; ou seja, para aquilo que estamos chamando de um jornalismo majoritariamente noticioso.



acontecimento. Informa-se aqui sobre o mundo, sobre a experiência, mas de uma outra maneira. O que se diz, a palavra jornalística em questão, volta-se para assuntos, para tópicos que permeiam o cotidiano em sua sociabilidade, em suas relações de consumo e produção, em seus habitantes, em suas temporalidades e espacialidades. A informação aí presente visa a atingir não apenas o objetivo de manter as pessoas informadas – no sentido de saber sobre o mundo – mas também a, explicitamente, situar as pessoas no mundo, oferecendo, tematicamente, tópicos que permitem um reconhecimento, uma identificação, um posicionamento frente à realidade. Neste contexto, o jornalismo especializa-se e, ao fazê-lo, assume, à sua maneira (que, entretanto, difere do que lhe é comum enquanto rotina) um tipo de “fiscalização”, “regulação” e “orientação” de certas práticas e valores, representando e captando um quadro de sentido (RODRIGUES, 1994) sobre a sociedade.

O jornalismo especializado e o jornalismo de revista

Na distinção entre publicações e o tipo de jornalismo por elas praticado, não podemos, negar a existência de uma ação conformadora, que vai para além da questão produção noticiosa. Estamos dizendo do dispositivo midiático. Este, como apontam Antunes e Vaz (2006), “[...] compreende as dimensões da comunicação como um certo arranjo espacial, uma forma de ambiência (um meio em que), e um tipo de enquadramento que institui um mundo próprio de discurso” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 46)¹⁸. No jornalismo dito especializado e na relação que este assume com a sociedade – o que implica o tipo de produção jornalística aí envolvida – o dispositivo *revista* possui destaque. Segundo Marília Scalzo, “[...] as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2004, p. 13). Mas, o que é o jornalismo especializado de revista? A pergunta é válida uma vez que além do estudo que acabamos de apontar¹⁹, poucos ainda são os estudos sobre este jornalismo²⁰ e,

¹⁸ Como apontam os autores, o sentido de dispositivo por eles assumido “[...] procura avançar a acepção construída, sobretudo, com as formulações de uma teoria do cinema, que, para além da acepção fortemente técnica, compreendiam o dispositivo como agenciamento de vários elementos para uma representação/ construção do real” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 46).

¹⁹ Referimo-nos ao livro *Jornalismo de Revista* (2004), escrito pela jornalista Marília Scalzo, que busca responder à pergunta “o que é jornalismo de revista?”, mas que o faz, ainda que de forma interessante e rica em vários aspectos, de um ponto de vista muito mais descritivo e experiencial, do que propriamente teórico.

²⁰ Nesse universo ainda há uma prevalência dos estudos voltados para as revistas semanais noticiosas cuja produção, apesar de distanciar-se de certas práticas e dos próprios objetivos e funções do jornalismo diário impresso, assemelham-se a ele em vários aspectos por terem, em grande parte, o foco nos mesmos referentes.



conseqüentemente, poucos são os estudos sobre a dimensão relacional que tal jornalismo, bem como tal dispositivo, possuem no que diz respeito às suas próprias dinâmicas e ao envolvimento dessas com a sociedade e com o próprio campo jornalístico. Assim, voltando nossa atenção para a revista, para o jornalismo mais especializado, especificamente o jornalismo de revista, alcançamos uma problemática que merece ser pensada cuidadosamente.

Olhando-se para aquilo que poderíamos chamar de *gêneros* jornalísticos, encontraríamos diferentes produtos e diferentes leituras do mundo; definidas ou direcionadas pelos dispositivos nos quais estão inseridos. Nesse contexto, é possível perceber certas mudanças sobre o fazer jornalístico e sobre seu próprio discurso. Em publicações impressas especializadas, por exemplo, como revistas femininas ou revistas temáticas em geral, o estatuto de notícia ali encontrado difere daquele outro estatuto, ligado à produção noticiosa diária, seja ela impressa, televisiva etc. Conseqüentemente, são estabelecidas nestes espaços midiáticos novas (ou específicas) maneiras de se relacionar com o social e com aquilo que o envolve.

Nos dias atuais, é importante verificarmos em que medida os meios de comunicação dizem da sociedade, para a sociedade e pela sociedade. Nesse universo, nas revistas de periodicidade variada (quinzenal, mensal etc), apresenta-se uma forma específica de enunciação²¹ e, conseqüentemente, de discurso. Há, nelas, também, uma forma de ver a realidade e, ao mesmo tempo, uma sensibilidade própria para falar da mesma. Cabe, pois, nos perguntarmos: que realidade é essa? Que maneira de dizer está aí envolvida? Quais os significados da dinâmica que envolve essas instâncias?

Conforme Scalzo (2004), a vocação histórica das revistas não é propriamente noticiosa, mas sim a do tratamento de duas grandes temáticas: a da educação e a do entretenimento. Para ela, enquanto os jornais possuem em sua origem a marca explícita da política, as revistas destacam-se por cumprir a função de ajudar na complementação da educação, no oferecimento de certos serviços a seus leitores, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, na interpretação dos acontecimentos.

²¹ Este projeto trabalha com uma idéia de enunciação que se aproxima das proposições de Bakhtin (1995). Para o autor, como apontam Beth Brait e Rosineide de Melo (2005), a linguagem deve ser vista a partir de uma perspectiva histórica, cultural e social, incluindo em si mesma uma comunicação efetiva e os sujeitos nela envolvidos. “Nesta perspectiva, o enunciado e as particularidades de sua enunciação configuram, necessariamente, o processo interativo, ou seja, o verbal e o não-verbal que integram a situação e, ao mesmo tempo, fazem parte de um contexto maior histórico, tanto no que diz respeito a aspectos (enunciados, discursos, sujeitos etc.) que antecedem esse enunciado específico quanto ao que ele projeta adiante” (BRAIT; MELO, 2005, p. 67). Nas palavras de Bakhtin: “O centro organizador de toda enunciação, de toda expressão, não é interior, mas exterior: está situado no meio social que envolve o indivíduo” (BAKHTIN, 1995, p. 121).

Nesse sentido, a revista possui menos informação no sentido clássico (as ‘notícias quentes’) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividade no que vão apresentar a seus leitores. Ou que não façam jornalismo.

Ao operar com a introdução de informações de nível mais pessoal, as revistas não voltadas propriamente para as “notícias quentes” lançam à sociedade (ou a segmentos específicos dela) assuntos que se tornam presentes na vida dos leitores ou que, de alguma forma, são por estes compartilhados ou reconhecidos (temas que já participam da composição de processos identitários, de expectativas e anseios que permeiam a vida deste público). Mas tal “lançamento” não corresponde, na nossa visão, a uma espécie de agendamento²² temático, algo muito discutido em relação à dinâmica do jornalismo, principalmente no que diz respeito aos efeitos sociais diretos da operação da mídia em relação a certos temas/acontecimentos. Além disso, no caso do jornalismo especializado de revista, a idéia de uma opinião pública, bem como a de um interesse público em relação ao que é noticiado²³ se modifica. Em tais publicações, pela sua dimensão, abrangência e objetivos, o que é abordado ganha outras conotações.

No jornalismo especializado, a lógica da tematização aproxima-se, de algumas considerações da “Teoria da Tematização”²⁴. Apesar de não referir-se ao jornalismo especializado propriamente dito, tal teoria reflete sobre uma nova idéia de opinião pública (e de público), observando que essa última é resultado não de consensos no interior da sociedade, mas de uma seleção contingente e orientada pelo jornalismo de temas que busquem atender ou solucionar os muitos interesses – diferentes e divergentes – dos vários grupos sociais da sociedade contemporânea. Nessa ótica, os conteúdos apresentados ganham relevância de acordo com a complexidade dos processos que envolvem a vida social. A “Teoria da Tematização” tem como pano de fundo preocupações políticas e institucionais, e a relação e o papel dos *media* nesse processo; o que não impede de se conduzir tal raciocínio para a reflexão sobre outros grandes temas que envolvem os segmentos sociais nos dias de hoje. Nesse sentido, no momento em que se foca um jornalismo propriamente temático e não temas que

²² Sobre tais discussões ver Hohlfeldt (2001), Sousa (2000, 2002), Traquina (2001, 2004) e Wolf (2001).

²³ Não entraremos aqui nas discussões sobre as críticas feitas às teorias do agendamento jornalístico, ou corrente do *agenda-setting*, que apontam, por exemplo, para a dissonância entre a “agenda da mídia” e a “agenda pública”. Sobre tais discussões ver Sousa (2002).

²⁴ Cf. SOUSA (2002).



permeiam as notícias do “grande jornalismo” inaugura-se a busca por uma nova dinâmica de produção de informação e por seus novos sentidos e significados.

Relacionando tal questão às noções trabalhadas em relação ao “jornalismo noticioso” (das notícias factuais), nossa pesquisa propõe, ao estudar o jornalismo especializado, investigar certos “temas” que permeiam a sociedade e que são fundamentais em sua constituição. Uma vez que o jornalismo de revista volta-se, através de uma dinâmica própria para a sociedade, sem, no entanto, deixar de ser jornalismo – como aponta Scalzo (2004) –, as revistas para as quais nos voltamos²⁵, podemos dizer, voltam-se para certos “acontecimentos invisíveis” que permeiam a vida cotidiana, que servem de base para a formação das diversas teias e tramas sociais e que passam a ganhar destaque não pela sua “anormalidade” frente ao pano de fundo da qual fazem parte, mas justamente por este pano de fundo ser considerado hoje um contexto de intensa instabilidade. Os conteúdos do jornalismo em questão, mais que irrupções, constituem-se por tramas “[...] que se precipitam sobre o universo midiático articuladas como uma ‘malha’ de pequenas e (quase) invisíveis narrativas que irrigam a vida social” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 52).

Dessa forma, podemos dizer, tais publicações, incorporam singularmente uma relação do jornalismo com a cultura, configurando, nesse diálogo, uma relação direta em que mídia e sociedade são lidas e re-lidas uma pela outra, configurando aí mais que um processo de tematização, mas também um processo de mediação²⁶.

A mediação, nesse sentido, apresenta-se como prática midiática de captar a realidade e transmiti-la a partir de um processo de produção próprio, sem fugir da idéia de interação comunicativa que a envolve. Percebemos assim, a mediação como um processo socialmente contextualizado, inserido numa lógica comunicativa mais ampla, que abrange diversos âmbitos de produção, recepção e de relação entre ambos.

Tanto a tematização quanto a mediação, se olhadas para além da lógica noticiosa, mas nem por isso menos jornalística, podem ser indicativas de pontes interessantes para se pensar o jornalismo de revista.

²⁵ Nossa preocupação está associada principalmente às revistas voltadas para questões de gênero (revistas femininas, revistas masculinas, revistas voltadas para o público infantil ou adolescente) e relacionadas também explicitamente a certos valores no interior da sociedade (publicações voltadas para o cuidado com o corpo e com a saúde ou para um consumo mais consciente em relação à vida, exemplo de revistas que tem como tema principal a “qualidade de vida”).

²⁶ O conceito “mediação” é utilizado, traduzido ou renomeado, por vários autores, sofrendo variações de acordo com seus usos. Alguns exemplos frequentes: Martín-Barbero (2001) fala da existência de “Mediações Culturais” no interior da sociedade, Sodré (2001) utiliza o termo “Mediatização” para dizer de uma Mediação feita pela Mídia; em sentido próximo ao de Sodré, Thompson (1995) faz uso do termo “Mídiação”.



Lembrando que o dispositivo “nos convoca e nos enreda em seus processos” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 50), processo que é resultado de uma construção discursiva obrigatoriamente co-determinada “[...] por vozes e operações que se realizam para além do espaço midiático” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 50), está evidente que há muito ainda para se dizer sobre o jornalismo especializado e seus significados. Cabe, por exemplo, pensar ainda o próprio conceito de especialização. O que fizemos aqui, por isso, foi tentar apontar alguns percursos para essa tarefa, que muito nos interessa, e que, acreditamos, possui agora um ponto de partida.

Referências bibliográficas

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006. p. 43-60.

BAKHTIN, Mikhail. A interação verbal. In: _____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 110-127.

BERGER, Christa. Jornalismo na Comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio (Orgs.). *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 137-163.

BRAIT, Beth; MELO, Rosineide de. Enunciado/ enunciado concreto/ enunciação. In: BRAIT, Beth (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 61-78.

CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. 5. ed. Campinas: Editora Papirus, 2001.

FRANÇA, Vera. *Jornalismo e Vida Social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera. *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. p. 187 – 240.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 09-190.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e Cultura: A experiência Cultural na Era da Informação*. Lisboa: Presença, 1994.



RODRIGUES, Adriano Duarte. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega, 1993. p. 27-33

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHAEFFER, Jean-Marie. *A imagem precária: sobre o dispositivo fotográfico*. Campinas: Papyrus, 1996. p. 09-94.

SODRÉ, Muniz. Eticidad y campo comunicacional sobre la construcción del objeto. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo; NAVARRO, Raúl Fuentes (Orgs.). *Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México: Universidad de Guadalajara, 2001. p. 149- 150.

SONTAG, Susan. *Ensaio sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Ed. Arbor, 1981.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Fotografia e linguagem: para pensar a comunicação. In: *Mediação*. Belo Horizonte: FCH-FUMEC. v. 5, p. 141-159, 2006.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. *O jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea*. São Leopoldo: Unisinos, 2007. 18 p. Ensaio.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. As Notícias. In: _____ (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega, 1993. p. 167-176.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis: Editora Insular, 2004.

VERÓN, Eliseo. Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica. In: _____. *Fragmentos de un Tejido*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004. p. 171-191.

VILAS BOAS, Sérgio. *O Estilo Magazine: o texto em revista*. São Paulo: Ed. Summus, 1996.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2001.