

# Jornalismo como atividade produtora de sentidos

Viviane Borelli\*

## Índice

|   |    |
|---|----|
| 1 Introdução                                      | 1  |
| 2 Jornalismo como “lugar de passagem”             | 2  |
| 3 Jornalismo como “campo de produção de sentidos” | 6  |
| 4 Algumas considerações                           | 9  |
| 5 Bibliografia                                    | 10 |

## Resumo

O objetivo do texto é fazer uma reflexão teórica sobre o trabalho jornalístico a partir da concepção de que ele se configura numa atividade de produção de sentidos e não como mera reprodução da realidade, como supunham tradicionalmente algumas teorias do jornalismo. A partir de pesquisa bibliográfica, procura-se problematizar conceitos que permeiam o fazer jornalístico, como de objetividade, subjetividade, linguagem, parcialidade, construção de realidade, atividade simbólica, tematização, produção de sentido, cruzamento de discursos, etc. Compreende-se que o processo de produção de sentidos é complexo, pois envolve relações de diversas ordens e se dá num lugar perpassado por falas dos vários campos

---

\*Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, área de concentração em processos midiáticos pela Unisinos (São Leopoldo, RS) e professora de Jornalismo da Unifra - Centro Universitário Franciscano (Santa Maria, RS).

sociais. Neste contexto, o jornalismo é protagonizante na medida em que age sobre a realidade, produzindo múltiplos sentidos.

**Palavras-chave:** Jornalismo, objetividade, sentido.

## 1 Introdução

O objetivo principal do texto é refletir e especificar como o jornalismo se constitui num espaço de produção de sentidos, já que nele há construções simbólicas e não ocorre simples reprodução da realidade, como algumas teorias defendiam há algum tempo. A discussão moderna que compreende o jornalismo como produção de sentidos e não como espaço de representação é precedida por um longo momento. O jornalismo é concebido como técnica de registro e de veiculação da realidade.

A reflexão é resultado de pesquisa bibliográfica realizada durante a discussão teórica da dissertação de mestrado intitulada “A mediação do esporte: leitura das estratégias discursivas da cobertura jornalística da Olimpíada de Sydney (2000)”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano da UFSM, no final de 2002 e também de apontamentos de sala de aula, especialmente nas disciplinas de Teorias do Jornalismo e Teoria da Comunicação.

O ponto de vista que compreende o jornalismo apenas como transmissor integra a teoria da comunicação que defende a noção de que este lugar, chamado de canal ou suporte, é puramente neutro, um simples veiculador de realidades. Neste contexto, basta o jornalista seguir algumas normas para efetivar seu trabalho produtivo.

Para que se possa refletir sobre as relações entre essas tendências teóricas, apresenta-se, inicialmente, algumas perspectivas de autores que defendem a visão clássica, problematizando, sobretudo, a noção de objetividade e de uma lista de receitas prontas, materializada pelo manual de jornalismo.

A outra tendência, que tem atribuído ao jornalismo o papel não apenas de transmissor, mas de produtor de sentidos, será apresentada logo após a primeira abordagem. Nessa corrente, que se desenvolveu especialmente nas últimas décadas, os autores reconhecem o trabalho jornalístico como uma atividade simbólica, em que sua tarefa é apontar a realidade segundo pontos de vistas específicos. O jornalismo é entendido, então, como um dispositivo<sup>1</sup> de produção de sentidos, onde se constrói e se faz uma oferta da própria atualidade.

A intenção dessa reflexão é aprofundar o debate entre as duas tendências, na medida

<sup>1</sup>*Dispositivo*, como define MOUILLAUD (1997), é o lugar material ou imaterial no qual se inscrevem os textos. O dispositivo é muito mais do que um suporte (entendido apenas como o canal, o suporte físico), pois a partir da atividade empreendida por diversos *mecanismos de enunciação* (o editor, os repórteres, os proprietários, os fotógrafos, os revisores, os pauteiros, etc) são produzidos os sentidos. O jornal ou qualquer outro veículo de comunicação não pode ser compreendido apenas como um lugar físico, mas como um dispositivo, onde são elaboradas estratégias e modos de dizer de variadas ordens.

em que o processo de construção de qualquer acontecimento pelas mídias é compreendido como um trabalho complexo. Essa atividade simbólica é realizada no interior de um campo que não é reproduzidor da realidade, mas protagonizante, pois produz múltiplos sentidos.

## 2 Jornalismo como “lugar de passagem”

Tradicionalmente, os estudos em jornalismo seguem uma tendência comandada pelos defensores da objetividade (conhecidos como manualistas, os práticos), da transparência, da verdade, da neutralidade, daqueles que conceituam a atividade jornalística apenas como mediadora entre a realidade e o receptor. Para eles, o jornalismo é apenas um lugar de passagem, que faz simplesmente a mediação entre os campos sociais<sup>2</sup>.

Falar em objetividade deixou de ser apenas um assunto relativo ao campo jornalístico. É comum ouvir a opinião pública comentar as notícias e se referir à objetividade. Muitos questionam a postura e a atuação dos construtores da atualidade – “Fulano está sendo tendencioso...”, “cadê a objetividade nesta informação?” Essas e outras perguntas não fazem parte apenas do campo de conhecimento dos jornalistas, pois estão no âmbito do senso comum.

A problemática da objetividade jornalística está presente nos bancos acadêmicos,

<sup>2</sup>A noção de campo social é entendida por ESTEVES (1998) como o espaço social, onde os mais variados campos de conhecimento guardam, entre si, muitas relações, em que cada um defende seus pressupostos. O campo das mídias cumpre papel fundamental de mediação social, garantindo visibilidade social e aproximação entre os campos.

onde se aprende que ela é qualidade primordial de um futuro jornalista, e no campo profissional, em que editores e empresários da comunicação exigem neutralidade, objetividade de repórteres, fotógrafos, redatores e revisores na produção da notícia.

Frente às exigências profissionais, o jornalista enfrenta uma crise pessoal, pois são cobradas objetividade e neutralidade ao lidar com os fatos para transformá-los em notícia, como se o sujeito pudesse se ‘despir’ de sua história de vida, valores e cultura para cumprir a missão profissional.

Essas questões têm percorrido os séculos, desde o nascimento e crescimento do jornalismo. Num breve histórico da notícia no mundo, Lage (1999) relata que o surgimento do sensacionalismo se deveu ao tratamento emocional dado às notícias desde os primórdios do jornalismo, quando as informações tinham de ser conseguidas a qualquer preço. Em contraposição ao sensacionalismo, os jornalistas foram buscar no cientificismo o respeito pelos fatos empíricos, iniciando a tendência pela ‘imparcialidade’ e ‘verdade’ dos fatos.

Em meio a essa discussão sobre a parcialidade, a neutralidade e o sensacionalismo, é importante fazer uma breve explanação sobre as características e o contexto em que se difundiu a chamada ‘objetividade’. Para Amaral (1996), objetividade e subjetividade eram somente pauta de discussão para os filósofos. Porém, a partir de meados do século XIX, eles passaram a interessar à imprensa.

A partir da Era Vargas, o fazer jornalístico passa a adotar menor adjetivação, maior precisão com matérias mais enxutas. A objetividade “passa a se identificar com uma mistura de estilo direto, imparcialidade, factuali-

dade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia” (Amaral, 1996, p.26). Segundo essa nova postura, o jornalista deveria esquecer seus valores, sua história, seus princípios e fixar-se apenas nos fatos para narrá-los com precisão.

É no período pós-guerra que surge o fenômeno norte-americano conhecido como “novo jornalismo”, colocando em crise o próprio conceito de objetividade e passando a desenvolver histórias de “interesse humano”<sup>3</sup>. Com o novo movimento, aumenta o interesse por acontecimentos de pequena escala em detrimento daqueles considerados grandes, passando-se a misturar realidade e ficção. Porém, é nessa época que começam a circular nos EUA reportagens inventadas, afastando e deslocando o jornalismo de aspectos reais para ficcionais. Nesse contexto, acredita Lage (1999), o jornalismo passou a adotar a postura de ‘neutralidade’, a notícia isenta, detendo-se somente aos fatos em reação ao sensacionalismo desenfreado e aos abusos da imprensa norte-americana. As empresas jornalísticas passaram a visar mais leitores, mais anunciantes e, é claro, mais receita.

No Brasil, as mudanças mais significativas na imprensa só aconteceram depois da II Guerra Mundial, quando se passou a adotar o modelo norte-americano do *lead* e do *copy-desk*, como descreve Amaral (1996, p.74). A idéia principal era uniformizar o texto e torná-lo objetivo.

A partir do início dos anos 50, começam a ser criados manuais de redação e os jornais passam a dividir-se em editorias espe-

<sup>3</sup>Pode-se aprofundar em BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

cializadas<sup>4</sup>. Em meados dos anos 60, as mudanças foram, essencialmente, de ordem econômica, já que a receita passou a ser, principalmente, conseqüência das vendas de exemplares e espaços publicitários e não mais resultante apenas de alianças políticas.

Várias estratégias foram adotadas pelos jornais para acabar com a dualidade objetividade/subjetividade. Amaral (1996, p. 81) descreve que uma delas foi separar o departamento de notícias (à procura da isenção) e as editoriais (onde seriam expressas as opiniões dos proprietários dos veículos de comunicação). Porém, parece que apenas do ponto de vista formal essa divisão possa ser feita, pois tanto os editoriais, em que fica explícita a opinião, quanto as demais editorias, onde se julga que há jornalismo imparcial, isento de qualquer influência, são marcados por processos de construções simbólicas por parte de seus integrantes (jornalistas, colunistas, editores, redatores, ilustradores, fotógrafos, etc).

Juntamente com a onda de protestos que tomou conta do mundo no final dos anos 60, o jornalismo (profissionais e acadêmicos) passa a questionar e apontar mudanças à tendência em vigor, caindo por terra dogmas tradicionais, como da objetividade, surgindo uma nova fase de investigação, caracterizada, entre outras coisas, pelo interesse na ideologia, como afirma Traquina (2001).

Começa a ser difundida, então, no final dos anos 60 e início dos anos 70, a prática do jornalismo investigativo e protagonizante, que deixa de ser um mero repassador para ser autor<sup>5</sup>. O fato mais conhecido no mundo foi

<sup>4</sup>LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: UNB, 1996 define essa fase como 'especialização do jornalismo'.

<sup>5</sup>No Brasil, essa mudança ocorreu praticamente

o *Caso Watergate*<sup>6</sup>. A renúncia do presidente norte-americano Nixon e a prisão de seus assessores só se concretizaram pela ação da mídia, que praticou um jornalismo essencialmente investigativo. Mesmo depois da renúncia, foram publicadas matérias sobre o assunto, que ficou na agenda midiática por muito tempo, demonstrando o grau de importância atribuído ao caso.

Aos poucos, o jornalismo deixa de ser um lugar de passagem, de reprodução, de um mero veiculador e relator dos fatos, para ser autor, protagonista de fatos de interesse público, a partir da investigação e da prática de um jornalismo interpretativo<sup>7</sup>.

Para os chamados manualistas, defensores da objetividade, neutralidade, imparcialidade e abolição de adjetivos, os fatos têm

---

junto com o movimento nos EUA. O *Jornal da Tarde* foi pioneiro no exercício do jornalismo investigativo, com a prática de Murilo Felisberto. Mais tarde, para BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo interpretativo – filosofia e técnica*. Porto Alegre: Sulina, 1976, a revista *Veja* foi um dos exemplos no País de jornalismo investigativo. O autor também lista a experiência do *Diário da Noite*, no RJ, e do *Jornal do Brasil*, que implantou um Departamento de Pesquisa para auxiliar e embasar os especialistas na produção das notícias.

<sup>6</sup>*Caso Watergate* foi um dos principais assuntos na mídia norte-americana entre o final de 1972 e início de 1973. Ciro Marcondes Filho em *O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo: Ática, 1989; fez uma análise da linguagem televisiva quando o presidente Nixon renunciou e seus assessores foram presos.

<sup>7</sup>BELTRÃO (1976) afirma que Dines, preocupado com a problemática do jornalismo interpretativo, implantou algumas mudanças no *Jornal do Brasil*, onde atuava. Aprofundar em DINES, Alberto. *O papel do Jornal*. São Paulo: Summus, 1966, onde o autor, ao abordar a objetividade, escreve sobre o engajamento dos jornalistas que, para ele, são subjetivos de nascença, pois ainda não incorporaram a atitude de ouvir os dois lados e sempre acabam tomando partido.

de ser tratados de forma linear, clara e concisa, ficando proibido fazer qualquer juízo de valor à notícia, pois este papel é reservado ao editorialista. A redação deve ser impessoal e as informações devem ser atribuídas exclusivamente às fontes, garantindo a objetividade com o uso abundante de aspas. Nesse contexto, emergem diversas técnicas para produção da notícia, em especial o *lide* e a *pirâmide invertida*.

Diversos autores, estrangeiros e brasileiros, se detiveram em elaborar manuais de jornalismo<sup>8</sup> para acadêmicos e futuros profissionais. Pesquisadores e veículos de comunicação editam manuais de redação, estilo e conduta para seus profissionais, em que uma das principais qualidades requeridas ao profissional é justamente a objetividade.

Há duas questões importantes quando se discute a criação e o uso de manuais de redação. De um lado, há os que defendem sua utilização para que o jornal tenha unidade, forma, estilo, identidade única que o identifique e o diferencie dos demais veículos. Mas, por outro lado, há os críticos dessa sistematização que transformaria, a curto ou longo prazo, direta ou indiretamente, os jornalistas em meros 'funcionalistas', abolindo a criatividade, a liberdade e a inovação.

Nesse contexto, é importante refletir sobre a qualidade do jornalismo, pois, cada vez mais, a tendência mundial é a simplificação da notícia, a pouca criatividade, a falta de investigação na apuração e a inexpressiva presença de interpretação. Qualidade não é sinônimo de prolixidade ou redundância,

mas de investigação, apuração das informações e comprometimento social.

Para os teóricos da comunicação que se preocupam em pesquisar e elaborar manuais de redação, as funções dos manuais são diversas - vão desde uma orientação básica até uma cartilha a ser seguida com fidelidade em sua plenitude.

Analisando os diferentes manuais de redação (para jornal, televisão ou rádio), percebe-se que há uma certa concorrência entre os seus modos de dizer. Nos manuais, são listadas expressões vetadas em jornais, rádio ou televisão. Da mesma forma, em rádio e televisão, são sugeridos ou estabelecidos limites de tempo e, por outro lado, o jornal determina ao jornalista que deve escrever períodos e frases curtas, matérias com limite máximo de linhas, etc. O jornal acaba seguindo a metrificacão estabelecida em rádio e televisão.

Os manuais tratam a produção da notícia de forma linear, como se o trabalho jornalístico se limitasse a seguir as recomendações, *um script*, quando se sabe que a atividade jornalística não é um processo simplificado, mas complexo, envolvendo elaboração e construção da atualidade. Vale ressaltar que todo jornalista deve apurar com precisão os fatos, levantando informações básicas. Porém, a forma de construir a notícia é reveladora de uma singularidade e de uma cultura própria.

A seguir, são apresentadas algumas teorias que compreendem o jornalismo como um lugar de produção de sentidos, tendência defendida por pesquisadores e teóricos do campo da comunicação.

<sup>8</sup>A *Folha de São Paulo* foi o primeiro jornal brasileiro a lançar, na década de 80, um manual de redação.

### 3 Jornalismo como “campo de produção de sentidos”

Em oposição ao ponto de vista que preconiza a mera transmissão e reprodução da realidade, há o entendimento de que a atividade jornalística é de produção de sentidos, não se tratando de um lugar neutro, de passagem, mas de operações de sentidos, instituídas por relações entre campos e atores sociais.

Esse trabalho de produção de sentido é orquestrado pelo estatuto da linguagem. Isto é, a atividade jornalística só existe na medida em que é nomeada, perpassada e manejada pela língua, códigos e regras do campo da linguagem, que, por si só, não podem reproduzir a realidade, mas construí-la.

O jornalismo é um dos ‘lugares privilegiados’ para construção da atualidade e realidade social, dentro de um campo mais abrangente - da mídia. Isto se efetiva porque o jornalismo é o espaço onde se constrói sentidos a partir do que de fato ocorreu<sup>9</sup>, ao contrário da telenovela, do cinema, etc, que se caracterizam pelo aspecto ficcional, pela recriação de um real.

Os fatos eleitos para serem cobertos, ao ganharem existência pública e visibilidade social, são transformados em acontecimentos<sup>10</sup> construídos no interior do campo midiático, marcado por disputas, negociações, trocas simbólicas que tornam esse processo ainda mais complexo. Cada jornal, de acordo com sua organização interna, disponibilidade e orçamento para cobrir os fatos, projeto gráfico, estabelecimento de prioridades, visão de mundo dos seus agentes (as mídias

<sup>9</sup>Como define LAGE (1999), o caráter da notícia é referencial.

<sup>10</sup>Como define MOUILLAUD (1997), o acontecimento é uma sombra projetada do fato.

em geral, não só os jornalistas, mas diretores, gerentes, editores, revisores, diagramadores, etc), entre outros fatores, cobre o mesmo fato, construindo versões singulares.

Para a maioria dos autores contemporâneos, a objetividade tão difundida ao longo da história do jornalismo serviu apenas para propagar a superficialidade. Em função disso, a tendência moderna prega o jornalismo como dispositivo de produção de sentidos<sup>11</sup>, como estatuto de construção da realidade, onde é impossível não significar. Nesse processo, deve-se levar em conta aspectos de ordem interna (valores, cultura) e externa (condições e organização do veículo de comunicação, etc), pois ambas complementam-se e são constitutivas dos sujeitos.

A partir do critério de passagem do acontecimento à notícia, defendendo que o jornal publica apenas o que sua matriz cultural deixa que seja publicado, Berger<sup>12</sup> (1998) reflete sobre o espaço ocupado na página do jornal. O acontecimento passa por rotinas e regras do jornal e só ganha status de notícia se “*couber*” na ideologia, na estrutura pré-determinada (diagramação, espaço para publicidade, para matérias “*pagas*”, etc), nos pontos de vista do jornal, nos interesses do anunciante.

<sup>11</sup>O *sentido* é muito mais que o significado (dado como universal pelo uso e convenção social), pois excede os limites da frase posta, é muito mais que a aparência inscrita, é definido apenas na relação entre o eu e o tu, isto é, o leitor de um jornal precisa mobilizar sua cognição, seus conhecimentos, valores, culturas, sua biografia para estabelecer novos sentidos, seus vínculos com o que foi ofertado na relação.

<sup>12</sup>A partir do artigo de Robert Darnton “*Jornalismo: Toda Notícia que Couber a Gente Pública*” In *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

Para Berger (1998, p.37), a questão a ser resolvida pelo editor é “o que há de novo no mundo hoje que “caiba” no meu jornal, que conquiste leitores e não se confronte com os que o sustentam economicamente?” Assim, a escolha do que pode ou não ser publicado passa por fatores de ordem externa e interna, que regem o funcionamento do jornal.

O campo midiático, além de se constituir num dos principais meios de mediação, garantindo visibilidade aos campos sociais, se caracteriza como um dos principais dispositivos instituidores do espaço público, na medida em que a realidade não só passa como também é construída nele.

Nessa perspectiva, cada jornal produz o seu próprio acontecimento, engendrando uma noção particular de realidade. Portanto, o jornalismo se constitui num sistema de codificação e produção da realidade de acordo com regras internas, rotinas próprias e códigos inerentes ao seu campo, pois opera práticas, falas e sentidos que provêm de inúmeros campos sociais.

De acordo com Fausto Neto<sup>13</sup> (1999, p.16-19), as mídias têm muitas características singulares: estruturam e estruturam-se no espaço público; atuam no espaço público através de competências próprias; o processo de visibilidade que as mídias dão às diferentes falas produzidas pelo espaço público passa por um conjunto de “leis” e condições de

<sup>13</sup>Partindo do pressuposto de que as mídias são “leitor de outros discursos” e, da mesma forma, “hiperprodutor dessa grande conversação”, quando agem no processo de coordenação e oferta de sentidos, FAUSTO NETO (1999) analisou a história midiática da Aids, a partir das edições dos jornais *O Globo*, *Folha de São Paulo*, *Correio Braziliense* e *A Tarde* (1983 a 1995), estabelecendo como cada mídia se constitui num lugar de construção, através dos modos de dizer.

produção internas ao seu campo; os diferentes campos sociais não dependem do campo midiático para sua existência, mas encontram nele visibilidade e uma instância de legitimação; o campo das mídias cumpre o papel de articulador entre os campos sociais e não faz de forma passiva sua tarefa *mediatizadora*.

A mídia desempenha o papel de mediadora entre os mais variados campos sociais, fazendo aproximações, provocando diálogos entre eles, aparentemente tão distantes e díspares. Como lugar central na construção da atualidade, a mídia também se configura num espaço de legitimação e consolidação do real através da visibilidade proporcionada aos outros campos.

O trabalho de tornar público algo privado se faz sob determinadas condições estabelecidas no interior do campo midiático, reunindo uma série de aspectos transformados em enquadramentos ou em “contratos de leitura”<sup>14</sup>.

As construções midiáticas resultam numa hierarquização dos sentidos, em que são determinados os lugares onde serão publicadas quaisquer notícias. O jornal, que possui a analogia de um mapa, vai estampar em sua capa as chamadas consideradas mais importantes, deixando os demais temas para a parte interna. Através destas e outras definições editoriais é que os sentidos são hierarquizados no jornal.

O processo de construção da realidade é dinâmico, está em constante movimento, pois não se encontra pronto em algum lugar,

<sup>14</sup>Conceito de Verón em *Quand Lire C'est Faire: L'enonciation dans le discours de la presse écrite*, que propõe normatização dos vínculos entre produtores e receptores, estabelecendo o modo como cada mídia modela seu discurso.

à margem dos sujeitos sociais. A sociedade está repensando, redefinindo e reconstruindo modos de agir, novos vínculos com o mundo, enfim, novas realidades.

Os agentes midiáticos devem ter em mente que a partir da *publicização* de diversos temas, os sujeitos sociais poderão reavaliar, repensar, renegar, reforçar papéis sociais já tidos como legitimados. Para Sampaio (2000, p.35), “a comunicação mediática constitui, para o público, uma possibilidade adicional de reorientação de seus conceitos e práticas”.

Esse trabalho de construção de mundos possíveis exclui qualquer traço de objetividade (pelo menos com o significado atribuído pelos manualistas), quando se acreditava que ela daria conta dos acontecimentos do mundo sem haver uma intervenção por parte dos sujeitos produtores desta realidade, que são impregnados de intenções, interesses, valores, culturas.

A partir de construções da atividade jornalística, permeada por características, intenções e direcionamentos, os fatos ‘lidos’ são colocados num certo enquadramento, em determinados moldes que pouco lembram uma ‘reprodução do real primeiro’.

Sampaio (2000, p.15) desenvolve o conceito de *tematização*<sup>15</sup>, entendendo-o como um processo em que determinado assunto é eleito como objeto de uma comunicação. Isto é, ao promover a tematização pública da

<sup>15</sup>O conceito de tematização pode ser aprofundado em SAPERAS (1987), que fez um apanhado geral de estudos do processo de tematização, que são recentes e foram desenvolvidos, inicialmente, pelo teórico alemão Niklas Luhmann (o conceito apareceu pela primeira vez no texto “*Offentliche Meinung*”, publicado na *Politische Vierteljahresschrift*, em 1970), que discute a categoria do processo de tematização de assuntos da sociedade, das instituições.

realidade, a mídia o faz “como *um produto de sua intervenção*, ou seja, da atuação permanente e sistemática da mídia como *agente seletivo e criativo* no processo de comunicação a quem cabe a decisão final acerca *do que é e do como é* tematizado” (2000, p.16).

É no interior do campo jornalístico que as realidades sociais são tematizadas a partir de critérios e regras próprias, constitutivas e características do campo, como a seleção do que pode ou não ser publicado, os enquadramentos, os critérios de valor-notícia, entre outros.

O trabalho de construção realizado pelas mídias está impregnado de subjetividade, seja na escolha do ângulo da foto, seleção das fontes, opção por determinadas *vozes* e citações e não outras, hierarquização dos assuntos por página, etc. Esse trabalho tem como pano de fundo as intenções das mídias, que passam a construir seus critérios (subjetivos, nem sempre claros ou coerentes) para selecionar falas, pontos de vista para definir o que é ou não importante e os graus valorativos.

Para Verón (1987, p.X), “os acontecimentos sociais não são objetos que se encontram já feitos em alguma parte da realidade e só existem na medida em que esses meios os elaboram”. Pela definição do autor, fica claro o papel da mídia, especialmente do jornalismo, como espaço de produção de sentido, pois os acontecimentos sociais só ganham existência pública com a ação dos dispositivos de mediação que os constroem através do processo de enunciação.

Outro autor que defende esse ponto de vista é Alsina (1989, p.156), para quem o jornalista não se limita a refletir a realidade, pois *atua sobre ela*, contribui para dirigi-la a um ou outro fim, seja por ação ou omissão,



dizendo ou calando, consciente ou inconscientemente. O 'jornalista age sobre a realidade social' na medida em que elabora e determina os que merecem ou não um *status* singular.

De acordo com Alsina (1989, p.18), a "notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente<sup>16</sup> que se manifesta na construção de um mundo possível", destacando que esse processo não se dá apenas pela prática dos meios, mas também pela institucionalização das práticas e regras sociais. Nesse trabalho de construção da realidade, para o autor, o jornalista é uma espécie de leitor privilegiado de acontecimentos, a partir dos quais vai construindo mundos possíveis que serão transmitidos em forma de notícia.

Outro teórico que segue essa tendência é Mouillaud (1997), que entende o espaço jornalístico como *articulador das falas* das fontes, instituições, do mundo simbólico de seus receptores, dos traços de valores, ideologias, culturas e história de vida de seus produtores.

O trabalho jornalístico se caracteriza como articulador, engendrador de uma realidade, enfim, em um produtor de sentidos. Como no campo jornalístico passam discursos de outros campos, com distintos interesses, ele desempenha um papel de *manejador*, de produtor de novas realidades.

Para o autor, o jornal tornou-se "um substituto do espaço público, um fórum onde se escuta o eco de todas as vozes públicas, ao mesmo tempo em que tem sua própria voz" Mouillaud (1997, p. 26). Mesmo com ca-

<sup>16</sup>Para ALSINA (1989), a produção da notícia não é somente um mecanismo que atua por condicionantes internos, já que a construção da realidade se dá no campo das instituições, na sociedade.

racterísticas e regras próprias, o campo midiático é compreendido como um lugar por onde passam discursos dos mais variados campos, construindo-se, a partir dessas complexas relações, o discurso jornalístico.

O jornalismo resultaria, então, de uma *transação de falas*, como define Mouillaud (1997). O jornal, de acordo com sua filosofia, maior ou menor rigidez editorial e gráfica, demonstra mais facilmente ou não suas vozes, seja através das fontes, agências de notícias, colaboradores ou jornalistas.

Cada jornal produz o seu acontecimento singular com base em metodologias próprias, nas '*pressões*', nos discursos das fontes, das instituições, do ponto de vista da empresa de comunicação, da constituição e projeção de seu público leitor, das histórias de vida, das culturas e valores dos jornalistas e profissionais envolvidos na construção da realidade.

#### 4 Algumas considerações

A discussão sobre o processo de produção jornalística é inacabada, pois é uma temática complexa que permeia o dia-a-dia dos bancos acadêmicos e das redações jornalísticas. A intenção da reflexão não foi encontrar respostas para as questões, tão pouco foi a de esgotar o tema. Apenas procurou-se problematizar alguns conceitos, trazendo à tona a compreensão do campo midiático, especialmente o jornalístico, como atividade de produção de sentidos. Adjacente a essa visão, foram abordadas questões significativas para a discussão, como objetividade/subjetividade jornalística, neutralidade/isenção e as formas de construção simbólica da realidade social.

Cada vez mais, o trabalho jornalístico é

compreendido como uma atividade de produção de sentidos e não apenas como uma mera transmissão de informações, na medida em que são desenvolvidas novas estratégias e também diferentes modos de dizer. O dispositivo jornal, ou quaisquer outras mídias, pré-dispõe os sentidos, hierarquiza e faz enquadramentos, colocando à frente do leitor uma maneira, *uma forma* a partir da qual institui relações. Porém, vale destacar que os sentidos não podem ser estabelecidos pelo jornal, pois eles são apenas pré-dispostos e pré-determinados, sendo definidos somente na *relação* entre o dispositivo e o leitor, que mobiliza estratégias próprias de interpretação a partir de suas culturas, história de vida, ideologias, desejos, etc.

Levando-se em conta o exposto, acredita-se que os manuais, de uma forma geral, direcionam, inibem e limitam algumas características dos profissionais da mídia e do próprio veículo, como a criatividade, a ousadia, o diferencial, o uso do código linguístico, podendo haver perda de qualidade e originalidade. Por outro lado, sabe-se que o jornal precisa de uma identidade, de um estilo singular que o identifique junto ao seu público para que sejam criados vínculos de confiança, credibilidade, etc.

Compreende-se que o processo de construção de sentidos é complexo, já que envolve relações de diversas ordens simbólicas. Nesse contexto, a atividade jornalística se realiza num lugar em que há cruzamento de múltiplos discursos dos vários campos sociais, que incidem decisivamente sobre os modos e formas de dizer.

## 5 Bibliografia

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Buenos Aires: Paidós, 1989.
- AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre: Sagra: D.C. Luzzatto, 1996.
- BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- BORELLI, Viviane. *A midiatização do esporte: leitura das estratégias discursivas da cobertura jornalística da Olimpíada de Sydney (2000)*. Dissertação de Mestrado. UFSM, Santa Maria, RS, 2002.
- ESTEVEVES, João Pissarra. *A ética da comunicação e os media modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.
- FAUSTO NETO, Antonio. *Mídia impressa. Estudo sobre a Aids*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- FAUSTO NETO, Antonio. *Mortes em derapagem: os casos Corona e Cazuzo no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Fundo Editora, 1991.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo – cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1997.
- LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1999.
- MOUILLAUD, Maurice. Sérgio Dayrell Porto (org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. *Televisão, publicidade e infância*. São Paulo: Anablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2001.

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