

A estrutura do discurso jornalístico e sua contribuição para a construção social da realidade

Vicente William da Silva Darde¹

Resumo: Considerando-se a natureza pública e o compromisso social do campo jornalístico, pode-se afirmar que o jornalismo é um discurso que deve representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea. O campo jornalístico, enquanto lugar de fala legitimado sobre a realidade, contribui para a definição de papéis e da afirmação de valores e sentidos na sociedade. Buscamos compreender, a partir de conceitos fundadores do Jornalismo, como valores-notícia, enquadramento e credibilidade, de qual forma o discurso jornalístico vem atuando nas representações da ordem social na contemporaneidade.

Palavras Chave: Jornalismo, notícia, valores-notícia, discurso, representação social.

The structure of journalistic discourse and its contribution for the social construction of reality

Abstract: Given the public nature and the social commitment of the journalistic field, it can be said that journalism is a speech that should represent the diversity of thought in contemporary society. The journalistic field, while legitimate place of speaking about reality, contributes to the definition of roles and the affirmation of values and meanings in society. We seek to understand, from the founding concepts of journalism such as news values, framing and credibility, which way the journalistic discourse is acting on the representations of social order in contemporary society.

Keywords: Journalism, news, news values, speech, social representation.

Introdução

A linguagem é um dos ingredientes fundamentais para a vida em sociedade. Desse modo ela está relacionada à maneira como interagimos com nossos semelhantes, refletindo tendências de comportamento delimitadas socialmente. Os linguistas, cientistas que se dedicam à linguística, costumam estabelecer uma relação diferente entre os conceitos de linguagem e língua. Para a Linguística, a linguagem é a capacidade que apenas os seres humanos possuem de se comunicar por meio de línguas. A língua é um sistema de signos vocais utilizado como meio de comunicação entre os membros de um grupo social ou de uma comunidade linguística.

A linguagem determina a percepção e o pensamento: as pessoas que falam diferentes línguas veem o mundo de modos distintos. Cada grupo social tem um comportamento que lhe é peculiar e isso vai se manifestar também na maneira de falar de seus representantes, como, por exemplo, as diferenças entre gaúchos, cariocas, baianos etc.

As diferenças de significado existentes numa língua são relativas às diferenças culturais relevantes para o povo que usa essa língua. Por isso, ressaltamos a importância que a linguagem tem na compreensão e na construção da realidade. E para compreendermos a linguagem utilizada pelos meios de comunicação, mais propriamente pelo Jornalismo, consideramos como substancial entendê-la como discurso. A palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática da linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando.

¹ Jornalista graduado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mestre em Comunicação e Informação e doutor em Comunicação e Informação pela mesma universidade. Atualmente é professor de Comunicação Social na FIAM FAAM e jornalista no Grupo Bandeirantes de Comunicação em São Paulo. Trabalha com ênfase em Jornalismo Impresso, Televisão e Internet, atuando nos seguintes temas: Saúde, Cidadania, Cultura, Economia e Agronegócio. e-mail: vicentedarde@terra.com.br.

A Análise do Discurso (AD) concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive. O discurso, assim, resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala.

O discurso se revela a partir da análise sobre a *mecânica de construção* do sentido, sobre a *natureza do saber* que é transmitido e sobre o *efeito de verdade* que pode produzir no receptor. O sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação da linguagem em situação de troca social. O sentido se constrói a partir da transformação de um “mundo a significar” em “mundo significado”.

O ato de informar se inscreve nesse processo porque deve descrever (identificar-qualificar os fatos), contar (reportar conhecimentos) e explicar (fornecer as causas desses fatos e acontecimentos). A finalidade do homem ao falar, não é a de descrever e estruturar o mundo; ele fala para se colocar em relação ao outro, porque disso depende a própria existência, visto que a consciência de si passa pela tomada de consciência da existência do outro, pela assimilação do outro e ao mesmo tempo pela diferenciação com relação ao outro.

O jornalismo é, em nossa concepção, um discurso que necessita representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea, considerando-se a natureza pública e o compromisso social do campo jornalístico. Um dos principais deveres do jornalismo é o de explicitar as formas de injustiça e opressão, e só conseguirá atingir tal objetivo buscando dar voz àqueles que estão à margem da sociedade. Partimos da premissa de que o jornalismo produz e recria bens simbólicos, fazendo-os circular na sociedade. O campo jornalístico, enquanto lugar de fala legitimado sobre a realidade, contribui para a definição de papéis e a afirmação de valores e sentidos na sociedade.

Jornalismo e a construção social da realidade

O conjunto de informações gerado na sociedade é trabalhado pelos meios de comunicação, que organizam esse conteúdo de acordo com um conjunto próprio de estratégias comunicativas. Ao definir essas estratégias, o jornalismo cria e reforça representações do discurso social hegemônico. Um dos pressupostos da atividade jornalística é o de fornecer o maior número de informações possíveis acerca de um fato para que o público tire suas próprias conclusões. Esse processo, que pode ser entendido como desnaturalização a partir do distanciamento do jornalista em relação ao fato, entra em choque com a constante naturalização das rotinas de produção dentro das redações.

Na interação entre as instituições sociais formais e informais – como a Igreja, a Ciência e o Estado - com os atores que participam da vida social, ocorrem negociações e produções de significados que realimentam e reconstruem o processo jornalístico. Assim, a construção de enunciados sobre os fatos e as suas interpretações não são atribuições exclusivas do Jornalismo, mas ele atua na mediação discursiva entre a realidade dos diferentes campos sociais, possibilitando um diálogo nessa esfera que, em princípio, deve ser pública (BRAGA, 2006).

O campo jornalístico manifesta seu poder na medida em que processa uma adequação entre os fatos e enunciados originados nos diversos campos sociais e relaciona-os com um conjunto de práticas discursivas

e normas estilísticas. Assim, reordena os acontecimentos seguindo a sua lógica, possibilitando uma compreensão coletiva (MORIGI e ROSA, 2004, p.3).

O campo jornalístico possui uma relativa autonomia em relação ao poder político e à sociedade civil, pois é o palco de onde se narram os acontecimentos. Além de produzir, centraliza sentidos a partir de outros discursos, assumindo o controle e transformando-os em discurso da atualidade. Os jornalistas têm responsabilidade em relação à sociedade, não importa em qual estejam operando. Esta função social se mantém, pouco importando se eles são públicos ou privados, ou se o controle e o julgamento do que é divulgado é feito interna ou externamente. Patarra (1997) enfatiza:

Todo bom texto tem subjacente a responsabilidade social do jornalista. Seja qual for o assunto, a redação envolve um esforço em defesa da liberdade, da procura da verdade, da preocupação da justiça social, e pela persistência da memória. Envolve também ambição para sentirmos pessoas melhores depois de escrever o ponto final, transmitindo esse sentimento ao leitor (PATARRA, 1997, p.73).

No entendimento de que o jornalismo contribui para a construção da realidade e que dessa forma está fortemente relacionado com a normatividade vigente (seja no partilhamento de valores, seja na reprodução destes), partimos do pressuposto de que o mesmo contribui para reforçar os valores dominantes da sociedade, indiretamente trabalhando para a manutenção do *status quo*. É importante ressaltar que não se trata de pensar o jornalismo de forma maniqueísta, atuando perversa e deliberadamente nesse sentido, mas sim na perspectiva de compreender as notícias como resultado das imbricações do próprio jornalismo com a cultura na qual está inserido.

Na visão de Coelho e Weber (2011), no centro da problematização teórica e estrutural sobre o jornalismo está o jornalista e o exercício de uma profissão que surge com o desenvolvimento da Imprensa como negócio e da necessidade de produzir informações a partir de determinados valores, procedimentos e técnicas sobre a apreensão e a oferta de fatos para um número cada vez maior de leitores. A apreensão e tradução da realidade criam um produto discursivo singular capaz de produzir e questionar verdades. Neste sentido, torna-se uma profissão² disputada também pelo mercado, políticos e governantes.

Nesse sentido, interpelam-se as dificuldades da relação entre o jornalismo e a cidadania, num momento em que se verificam consideráveis alterações no espaço público (CORREIA, 2008, p.193). Desse modo, questiona-se qual o espaço público que os meios de comunicação vêm ajudando a construir, um lugar que educa os cidadãos para exercer os direitos civis, políticos e sociais, ou contraditoriamente, sugere participação, ao mesmo tempo em que provoca exclusão.

O Jornalismo possui um caráter ambíguo: se por um lado, se constitui em um discurso polifônico, acolhendo e mediando todos os campos do conhecimento, por outro, exerce um poder hegemônico, a medida em que o campo é legitimado socialmente para enunciar o discurso da atualidade. No espaço público, os campos e

²No Brasil, a profissão do Jornalista foi regulamentada em 1938, e dela dependem as organizações midiáticas – sustentadas pelo jornalismo, as instituições públicas, governos, organizações privadas. Cada vez mais esta profissão atribui legitimidade à produção de informações em estruturas de comunicação institucional ligadas ao Estado, a organizações sociais (ONGs e sindicatos, por exemplo) e organizações privadas (COELHO e WEBER, 2011).

os atores sociais confrontam-se com uma difícil e simultânea convivência entre inclusão e exclusão, autonomia e independência. O espaço público acaba centralizando-se no entretenimento e espetacularização em detrimento da informação democrática e voltada para a educação, o que pode levar a sociedade a certa frustração de um avanço da cidadania.

Ator fundamental na construção da contemporaneidade, o Jornalismo pode ser um aliado na construção da cidadania ou um espaço para se reafirmar preconceitos de gênero, de raça e de classe social, por exemplo. Em decorrência desse grande poder simbólico, a profissão exige responsabilidade social. O debate sobre o Jornalismo e seus usos remete às categorias do público e do privado e à questão do interesse público. Nesse sentido, encontraremos classificações e funções de um “jornalismo público”, do “jornalismo cidadão”, dos “comunicadores públicos” e outros. A informação como um bem público e a responsabilidade sobre o poder de visibilidade dos meios de comunicação são indicadores da responsabilidade dos jornalistas na produção e difusão pública das informações.

Para entendermos quais as influências e valores que determinam a construção do discurso jornalístico, trataremos a seguir de algumas questões concernentes ao produto final do jornalismo: a notícia.

A notícia como resultado de um processo de produção

As teorias construcionistas³ argumentam que é difícil distinguir entre a realidade e as notícias, pois justamente as notícias ajudam a construir a própria realidade. Defendem também que a linguagem não é neutra, por isso não pode ser transmissora direta do significado de um determinado acontecimento. Esse paradigma se baseia em fatores de ordem econômica e organizacional para entender a notícia como uma forma de construção da realidade. De acordo com Traquina (2001, p.86), entendido por Veiga e Darde,

as teorias construcionistas “[...] reconhecem que as notícias são narrativas, ‘estórias’, marcadas pela cultura dos membros da tribo e pela cultura da sociedade onde estão inseridos”. Wolf (2004, p.190) compartilha desse ponto de vista e vai além, afirmando que “[...] as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal” (VEIGA, DARDE, 2009, p. 06).

Ressaltamos, no entanto, que essa centralidade do Jornalismo na construção da realidade deve ser relativizada, como propõem Meditsch (2010). Ao retomar o conceito formulado por Berger e Luckmann⁴ nos anos de 1960, Meditsch afirma que a relação do jornalismo e acontecimento se dá dentro de um processo maior de construção social da realidade⁵ e é condicionada por esse processo maior que é preciso ser compreendido previamente. Berger e Luckmann definem duas formas de

³ Traquina (2004) explica que as teorias construcionistas (estruturalista e interacionista) surgem nos anos 70, com a emergência de um paradigma que é totalmente oposto à perspectiva das notícias como ‘distorção’ e que também põe em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como espelho da realidade.

⁴ BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. 30ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

⁵ Segundo Meditsch (2011), a aplicação do conceito de *construção social da realidade* ao jornalismo teria sido feita inicialmente pela socióloga norte-americana Gaye Tuchman, em seu livro *Making News: a study in the construction of reality* (Tuchman, 1978).

socialização mais importantes que são anteriores aos meios de comunicação: a socialização primária, que ocorre com a aquisição da língua materna, sem mediação importante que seja externa ao círculo social mais próximo da criança; e a socialização secundária, que ocorre principalmente através dos sistemas pedagógicos especializados, como a escola, a Igreja e o trabalho. Ao jornalismo como forma de conhecimento, caberia a dupla função de conservação e renovação da realidade. Essa perspectiva nos remete à extrema complexidade com que se dá a construção da realidade e de como o jornalismo participa da produção dos acontecimentos.

O jornalismo, como instituição, e seus agentes participam de produção da realidade, especialmente no âmbito simbólico, mas nunca isoladamente, porém em diálogo permanente com os demais atores sociais. O jornalismo é também uma forma de objetivação da exteriorização do homem, entre outras tantas desenvolvidas pelas tecnologias intelectuais contemporâneas. Um acontecimento relatado pelo jornalismo difere de um não relatado por ele talvez, principalmente, por esse aspecto. O jornalismo por fim participa da socialização do conhecimento, ainda que de forma terciária e provavelmente menos marcante que as socializações primária e secundária observadas por Berger e Luckmann na construção social da realidade, embora igualmente importante na dinâmica social (MEDITSCH, 2010, p. 40-41).

Na nossa concepção, a verdade passa por uma reconstrução no Jornalismo, que permite contextualizar os fatos, proceder ao seu encadeamento, procurar as suas causas e apresentá-los na sua coerência. Verdade que, vale dizer, se está em algum lugar, nunca é no fato, mas em *quem* o vê como verdade. Como indica Cornu (1999), na prática informativa é ilusório separar a discussão do acontecimento da discussão sobre o seu significado. Logo existem potencialmente muitas possibilidades de reconstrução possíveis da realidade. Porém, tal aspecto não impede que a intenção de objetividade faça também parte como elemento orientador da reconstrução e da interpretação.

A função pedagógica do jornalismo pode ser percebida na reprodução e circulação do acervo dos conhecimentos socialmente construídos e culturalmente legitimados que ajudam a informar os sujeitos na contemporaneidade. Sua função “educativa” se traduz, sobretudo, pela necessidade de “explicar” o mundo sempre baseado na “verdade” e fazendo uso de recursos técnicos e humanos capazes de ilustrarem esses saberes gerando significados (SILVA, 2010, p. 33).

Considerando as notícias como um produto social, que resultam de um processo de identificação e contextualização em sua construção, os acontecimentos se tornam significativos a partir dos meios de comunicação. Para que o acontecimento seja compreendido, os jornalistas devem supor mapas de significado (HALL, et al., 1993) que incorporem e reflitam os valores comuns, formando as bases dos conhecimentos culturais que serão mobilizados neste processo, reforçando-os ou apagando-os.

Na visão de Correia (2008), dar a notícia consiste em atribuir relevância a temas da realidade atual que sejam atraentes para a comunidade, à luz dos respectivos sistemas de crenças e de relevâncias. Para esse efeito, utiliza-se um enquadramento

que possa ser compreendido pelo maior número possível de receptores e que seja, idealmente, olhado como passível de ser lido e assimilado independentemente das diferentes opções políticas e formação cultural dos seus membros. Constrói-se, assim, uma narrativa estandardizada e estereotipada que é pensada de modo a superar os constrangimentos espaciais e temporais e a conquistar audiências.

O jornalismo recorre a dispositivos retóricos, estereótipos e tipificações rápidas e já prontas que se expressam em determinadas convenções narrativas (práticas discursivas susceptíveis de serem estudadas e detectadas) e organizacionais que orientam as formas de selecionar e enquadrar e categorizar as representações dos acontecimentos e dos seus protagonistas (CORREIA, 2008, p. 172).

Neste uso da linguagem jornalística, descortina-se a busca da conformidade com o saber aceite e partilhado por todos, tido por adquirido e socialmente aceite, estabelecendo-se uma relação de implicação entre as estratégias imanentes à discursividade praticada pela profissão jornalística e a atitude natural.

Produzir notícias é trabalhar com acontecimentos, reconstruí-los discursivamente e publicizá-los. Na análise de Coelho e Weber (2011), neste processo estão envolvidos momentos de seleção, hierarquização, organização, elaboração, demarcados por pressões espaciais, temporais, organizacionais. A seleção dos acontecimentos, por exemplo, segue critérios de noticiabilidade que vão de características próprias dos fatos, aos valores professados pela prática jornalística, passando pelo tipo de veículo, perfil editorial, concorrência.

[na] intrínseca relação jornalismo-formação de valores, certamente é a notícia o elo capaz de revelar essa imbricação. Ao conceber a notícia como uma construção social, identifica-se um conjunto de elementos fundamentais para que um “fato” adquira o *status* de notícia. Segundo Wolf, “[...] a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 2003, p. 190). A definição de noticiabilidade indica claramente a existência de um processo de escolha, o qual demonstra que “a necessidade de selecionar, excluir, acentuar diferentes aspectos do acontecimento – processo orientado pelo enquadramento escolhido – são alguns exemplos de como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói o acontecimento e constrói a realidade” (CAREY⁶ apud TRAQUINA, 2001, p. 87). Esse processo complexo, “que transforma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 2004, p. 180) tem a ver com um conjunto de requisitos que devem necessariamente “fazer sentido” tanto aos órgãos de informação quanto aos profissionais (os jornalistas) [...] (SILVA, 2010, p. 36-37).

Na análise de Antunes, Vaz et al. (2011), as notícias, postas em circulação, repercutirão no sentido de agendar temas para debates, informando ao público sobre

⁶ CAREY, J. The Dark Continent of American journalism. In: Manoff e Schudson (ed.). **Reading the News**. Nova York: Pantheon Books, 1986

questões que estão na “ordem do dia”. Da mesma forma, o próprio público agenda a mídia, a partir de demandas para que ela dê visibilidade a temas que lhe interessa, e de que as mídias agendam-se mutuamente, a partir da repercussão de temáticas de amplo apelo social.

Nesse agendamento, entram elementos típicos do fazer jornalístico, como enquadramento e noticiabilidade. A noticiabilidade liga-se intimamente ao que os estudiosos denominam de “valores- notícia”, que podem variar da noção de que têm valor noticioso eventos de rara ocorrência, a temas que causam comoção, como atitudes violentas e/ou preconceituosas praticadas contra pessoas ou grupos ou ainda eventos programados, de óbvio impacto social (PONTE, 2005; WOLF, 2003).

Eilders (2006) indica que o eixo fundamental da abordagem sobre valor-notícia se assenta na ideia de que os jornalistas atribuem valores-notícia aos eventos correspondentes aos seus critérios de seleção, havendo “um catálogo cognitivo dos critérios que fazem eventos mais ou mais menos noticiáveis” (EILDERS, 2006, p.7). O avanço dos estudos demonstrou que tais critérios de noticiabilidade “invadem” todo o processo de produção e não se restringem a fatores individuais, alcançando os processos de interpretação acionados pelos leitores. Para Eilders (2006) tais processos permitem supor que a noticiabilidade esteja vinculada a “esquemas de relevância” que dirigem não apenas os processos seletivos da comunidade dos jornalistas, mas também os processos de atenção dos receptores. As abordagens de noticiabilidade precisariam considerar que a análise da notícia demanda também a caracterização da perspectiva que a constrói, que acionaria não só conteúdos, mas motivos, critérios e estratégias discursivas diversas. Ou seja, o sentido das notícias está relacionado a uma forma de observar/interpretar o mundo que elas propõem.

A perversidade da lógica dos valores-notícias ancorados na ruptura, repentina ascensão, acidente ou desvio, que se mantém como estruturante do discurso jornalístico, é que grandes fenômenos sociais, cujo interesse público não poderia ser questionado sem constrangimento, geralmente não têm lugar no jornalismo porque se estabeleceram, historicamente, como invariantes (BENETTI, 2010, p. 146). São os casos da fome, das desigualdades e das injustiças sociais, que contemporaneamente costumam ser percebidas como “parte do sistema”. Dito de forma crua, são fatos cinicamente percebidos como ordinários ou comuns, não alcançando os requisitos que lhes permitiriam ocupar o estatuto de acontecimento jornalístico.

A compreensão da lógica do texto passa pelo entendimento do *quem* e do *como* narrar uma história. Do *como*, porque indica ordens de construção de sentido, uma determinada escritura traz um ou outro sentido, dependendo dos modos a serem utilizados, e do *quem*, porque redimensiona o lugar de quem escreve, já que este, ao trazer à luz os elementos que indicam dúvida na fala do outro, divide as suas incertezas com quem ele dialoga. Nesta análise, para além da frase, segue-se também para além do fato.

Esses são aspectos importantes quando se pensa sobre a dimensão complexa na qual se insere o ato jornalístico. O jornalista, como um dos protagonistas do ato, quando se reposita no lugar do humano, cria possibilidades de encontro. Articulado-se no tecido da vida, ele deixa, através do texto, de ocupar o lugar de dono da lei, para tornar-se um observador, tanto quanto o é aquele para quem escreve. Ainda que seja dado ao primeiro o privilégio da escrita, ele não faz sua a voz do outro e nem se propõe, tão-somente, a parafrasear suas fontes, como acontece com o texto jornalístico que nada mais faz do que obedecer as regras do discurso dado como legítimo.

O discurso jornalístico como mantenedor da ordem social

Repensar o ato jornalístico, como afirma Resende (2009, p.11-12), “[...] implica conceber, nele, a coexistência de atores, tanto os que o provocam como os que são por ele provocados; um processo, por excelência, relacional”. Esse pressuposto ressignifica a atitude dos sujeitos que participam do ato, percebendo-os no encaixe de uma expectativa de compreensão — bem sucedida ou não — sem abrir mão da heterogeneidade na qual eles se inscrevem. O jornalista escreve para alguém e, necessariamente, escreve porque quer ser compreendido. O leitor, por sua vez, lê e busca por um gesto que o faça compreender o fato. Como agentes da ação, esses sujeitos não se fazem exclusivamente de um único lugar, o de locutor ou ouvinte, pois são, ao mesmo tempo, a fala e a escuta, produtos/produtores de atos comunicativos (RESENDE, 2009).

Essa forma “consensual” de compreender a sociedade – e os sistemas políticos e econômicos que lhe dão suporte – só é bem-sucedida por meio de discursos que disseminam a falsa sensação de consenso (HALL et al, 1993). Para fazer sentido, um fenômeno deve ser enquadrado nos mapas culturais de significado que já fazem parte do grupo social. “Um acontecimento só ‘faz sentido’ se se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais. Se os jornalistas não dispusessem – mesmo de forma rotineira – de tais ‘mapas’ culturais do mundo social, não poderiam ‘dar sentido’ aos acontecimentos invulgares, inesperados e imprevisíveis que constituem o conteúdo básico do que é ‘noticiável’” (HALL et al, 1993, p. 226).

Tuchman (1983) mostra como o trabalho cotidiano de apuração e de produção de notícias pode ser entendido como uma questão de rotinização do imprevisto. Sendo uma profissão associada ao conceito comum de “novidade”, é também uma atividade que se serve de numerosas estratégias para controlar a proliferação do que é novo. Como parte do processo de criação de rotinas, os jornalistas usam diferentes categorias e tipificações de forma a reduzir a contingência intrínseca ao trabalho jornalístico.

Neste sentido, quando se fala da construção social da realidade pelo discurso jornalístico, não é para falar de manipulação, mas para dizer que a construção de um significado objetivo é um processo histórico, social e cultural que resulta da intervenção de sujeitos da realidade social que nele participaram e de processos cognitivos que estão associados aos processos sociais e culturais (SILVA, 2010): “Logo, a evidência desta construção não é uma licença para a mentira, a manipulação ou a subversão factual, as quais constituem uma violação dessas expectativas inerentes à produção e recepção dos enunciados jornalísticos” (CORREIA, 2008, p. 22).

A partir de uma abordagem sociocognitiva, geralmente designada por construção social da realidade, utilizamos a ideia de enquadramentos, que surge associada ao mundo da vida cotidiana e às tipificações com que nesse mundo se representam e objetivam as representações da vida social. Todavia, como explica Correia (2008), esta insistência nas representações deve ser associada a uma face do processo comunicacional: a constituição de significados objetivos, os quais não podem ser dissociados dos seus usos e recepções, das suas apropriações e das lutas que se travam em torno do processo de representar, qualificar e categorizar. O traço distintivo que se deve realçar numa abordagem sociocognitiva é a premissa segundo a qual o nosso conhecimento da realidade é também uma construção mental, produto da experiência intersubjetiva vivida quotidianamente.

A análise desenvolvida por Schutz⁷ (apud CORREIA, 2008) revela que, no mundo da vida cotidiana, ao nível do senso comum as pessoas aceitam as tipificações como um recurso para evitar a incerteza. Os sujeitos adotam uma atitude pragmática e realista chamada atitude *natural*. Nesta, a realidade social é apreendida a partir do conhecimento de “receitas” e de comportamentos típicos, entendidos de um modo que permite assegurar a continuidade à ordem social.

Enquanto agente de controle social, as representações noticiosas dotariam as pessoas com as visões e versões da ordem social que obtêm a preferência e com base nas quais os agentes tomam as iniciativas que julgam adequadas (ERICSON, BARANEK e CHAN⁸ apud CORREIA, 2008). Essa influência se torna mais evidente nos casos em que os sujeitos que acessam a notícia não têm contato direto com os protagonistas do texto jornalístico. O jornalismo se torna, dessa forma, um dos principais instrumentos de construção de imagens de identidade e de alteridade. Segundo Rodrigo Alsina (2006), no caso em que não se verifique a existência de fontes alternativas de informação, a sua predominância torna-se esmagadora. Lembramos que os sujeitos usuários das notícias vão interpretá-las também de acordo com mapas culturais específicos, construídos coletivamente e pelas experiências individuais.

A consolidação do jornalismo como o conhecemos hoje – organizador simbólico da realidade, fiscalizador dos poderes, narrador de atualidade – permitiu sua expansão em escala planetária e sua assunção como um elemento imprescindível para as sociedades complexas. Isto é, o apego a funções de natureza pública e social tornou esta atividade útil, relevante, enraizada em nossos cotidianos. Um dos valores mais cultivados no jornalismo é a credibilidade. Sem ela, restam poucas condições para uma sustentação moral da atividade que se propõe fornecer dados fiéis para uma recomposição do senso de atualidade do público (CHRISTOFOLETTI e KARAM, 2011).

A confiabilidade das informações permite ao cidadão comum não apenas se reconectar ao seu tempo e à comunidade a qual pertence, mas possibilita também a tomada de decisões mais ou menos importantes. Parece cada vez mais nítido que as mudanças atuais no Jornalismo não são apenas tecnológicas, mas também éticas. Isto é, à medida que as relações entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e públicos se modificam, alteram-se também os valores onde se apoiam ações e reações. A ética emerge da relação entre pessoas; valores e princípios conformam um complexo mapa de possibilidades de conduta humana. No caso das profissões em geral e do Jornalismo em particular, incidem ainda normas deontológicas, convenções profissionais e injunções sociais.

O edifício do Jornalismo foi erguido sobre os pilares da verdade, da objetividade, da imparcialidade, do equilíbrio e do pluralismo. Com o tempo, novas vigas foram apoiadas nessas bases, a exemplo da responsabilidade social, do interesse público, do compromisso com a coletividade, da democracia e da cidadania. O Jornalismo passa a se redimensionar como conversação, diálogo com os públicos, e valores como a objetividade assume novos contornos, não mais como distanciamento dos objetos narráveis, mas como forma de satisfação da lealdade com o público. Historicamente comprometido com a verdade e a autoridade de quem fala, o jornalismo se constitui em um espaço de circulação e produção de sentidos que se pretendem confiáveis e credíveis, e por isso transformam-se em sentidos com alto

⁷ SCHUTZ, Alfred (1975). *Collected papers, the problem of social reality*, Vol. I, The Hague: Martinus Nijhoff.

⁸ ERICSON, Richard; BARANEK, Patricia; CHAN, Janet (1991). *Representing order, crime, law and justice in news media*. London: Open University Press.

potencial normatizador. O discurso jornalístico tem o poder de nomear e consagrar sujeitos, instituições, políticas e estratégias.

Considerações Finais

No jornalismo da era da modernidade, a legitimação do discurso e a credibilidade decorrente dele necessitam incluir, de um lado, estratégias de convencimento e a persuasão e, de outro, a controvérsia, tributários, nas duas perspectivas, da retórica e da Dialética como discurso e como métodos surgidos ainda por volta de 400 anos antes da era cristã (LÓPEZ EIRE, 2002). E se o mundo é o validado pela representação da palavra – ainda que verbalizada no interior da consciência ao se reconhecer imagens (BAKHTIN, 1986) – e é necessário decodificá-la a cada instante, a relevância do compromisso ético com o presente em constante movimento e desdobramento se torna ainda mais importante. Para uma ética do jornalismo, recuperam-se valores básicos cristalizados em duas vertentes da Filosofia, a retórica e a dialética. Se à primeira corresponde um cenário de emissão de argumentos, juízos, circunstâncias – objetivados na representação discursivo-argumentativa do mundo –, à segunda corresponde um interminável debate que remete à controvérsia, onde o jogo político e ideológico de atores intervém na versão sobre os argumentos e fatos, criados pela sucessão de acontecimentos noticiáveis. Daí que uma ética da comunicação exige certa transparência no discurso, fidelidade ao ocorrido, argumentação entre contrários e decisões razoavelmente consensuadas.

Christofolletti e Karam (2011) explicam que a ética no jornalismo, ou seja, nos processos comunicativos jornalísticos, que se estendem das profissões às empresas e às sociedades como receptoras e participantes de mensagens e discursos representativos da realidade, tem grande relevância na organização da vida cotidiana, nas rotinas produtivas, no calendário funcional humano. É importante para a segmentação temática, diversidade de atores e distintos discursos. Disto depende, também, a eficácia da representação do Estado, a validade do espaço público reconhecido por diferentes pontas da vida social e envolve sociedades complexas.

Mas também pode ser muito bom para o jornalismo reafirmar ou recuperar os compromissos com valores centrais de sua legitimidade social: a autenticidade e a credibilidade específicas, sobre as quais se tentou afirmar, ao longo dos últimos 200 anos, uma fundamentação ética, estética, técnica e teórica, hoje correspondente, em enorme diversidade de perspectivas, a diferentes suportes tecnológicos e a um cenário de convergência de mídias e de diversidade temática e de protagonistas.

De qualquer modo, compreender o campo jornalístico como lugar de produção de conhecimento significa dar ênfase à ideia de jornalismo como atividade própria de um espaço dinâmico em que se articulam estratégias de poder e como parte de um processo no qual representações e mediações são indissociáveis; como um lugar em que “[...] consonâncias e dissonâncias [são] estabelecidas por sujeitos ativos e atuantes que, em conjunto, e no atrito de suas afinidades e diferenças, constroem [com os meios] seu mundo partilhado” (FRANÇA, 2004, p.25).

Assim, tornou-se cada vez mais importante a apuração dos fatos, ouvindo diferentes atores sociais sobre distintas e infinitas produções de conhecimento, de fatos e de poder que os embalam, colocando, idealmente, à disposição do público, determinados acontecimentos que terão relevância na vida das pessoas e que precisam, de forma diversificada, plural e precisa, estarem no dia-a-dia das pessoas, para que estas possam exercer de forma mais consciente e clara a liberdade de escolha. Tal liberdade, que acompanha o crescimento e a implementação dos direitos civis, está ancorada, até chegar aos dias de hoje, em momentos marcantes da história da

humanidade, quando algumas expressões como “cidadania”, “direitos”, “igualdade”, “liberdade” ganham dimensão social mais intensa (CHRISTOFOLETTI e KARAM, 2011). Mas corresponde, também, a um espaço público consumidor, que terá acesso a fatos, versões, interpretações, opiniões e produtos de todo o tipo por meio da circulação midiática de distintas mensagens, correspondentes a um cenário complexo de ritmo intenso como hoje e em distintas plataformas tecnológicas, como a proporcionada pela internet. Ao jornalismo, dentro desse campo de disputas de poder, cabe possibilitar a transparência e os valores democráticos à sociedade, o direito ao relato veraz e à discussão elucidativa dos conflitos da atualidade.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo, et al. Agendamento, enquadramento e noticiabilidade. In: Benetti, Marcia; Fonseca, Virginia (orgs.). **Jornalismo e Acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 3ª ed. São Paulo: Hucite, 1986.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como acontecimento. In: Benetti, Marcia; Fonseca, Virginia (orgs.). **Jornalismo e Acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

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

CHRISTOFOLETTI, Rogério; KARAM, Francisco José Castilhos. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, Gislene et al. (orgs.) **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

COELHO, Marja Pfeifer; WEBER, Maria Helena. Entre jornalismo e poderes. In: SILVA, Gislene et al. (orgs.) **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, D.L, 1999.

CORREIA, João Carlos. **Teoria e Crítica do Discurso Noticioso** - Notas sobre Jornalismo e representações sociais. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2008.

EILDERS, Christiane. **New Factors and New Decisions**. Theoretical and Methodological Advances in Germany. Communications – The European Journal of Communication Research 31 (1), 2006.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: FOLLAIN; GOMES; PEREIRA (org.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Vega, 1993.

LÓPEZ EIRE, Antonio. **Retórica clásica y teoría literaria moderna**. Madrid: Arco Libros, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do conhecimento. In: Benetti, Marcia; Fonseca, Virginia (orgs.). **Jornalismo e Acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

MORIGI, Valdir José; ROSA, Rosane. **Cidadania Midiatizada**: cidadão planetário. Porto Alegre, 2004.

PATARRA, Judith. O Jornalismo Brasileiro Visto por Dentro. In: DINES, Alberto; VOGT, Carlos; MELO, José Marques (Org.). **A Imprensa em Questão**. Campinas: Unicamp, 1997.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: Linhas de Análise do Discurso Jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

RESENDE, Fernando. O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. Dissertação de Mestrado. Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia. Porto Alegre, UFRGS, 2010.

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

_____. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**. Barcelona: Gili, 1983.

VEIGA, Marcia, DARDE, Vicente. **A perspectiva heteronormativa**: representações de casais homossexuais no *Globo Repórter*. In: Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro, v. 12, p.eletrônico, 2009 [ISSN 1806-2776]

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

Recebido para publicação em 03-07-13; aceito em 07-08-13