



Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário

Gislene Silva **1**

Resumo: Várias são as conceituações que sugerem o jornalismo ou a mídia em geral como um lugar de: conhecimento comum, conhecimento compartilhado, consensos em construção, saber de acontecimento, senso em comum, acervo social de conhecimento, mediação cultural da vida cotidiana, elemento constituinte da esfera pública etc. A proposta é procurar, a partir de um rastreamento dos estudos do jornalismo como produtor de conhecimentos, pistas teórico-históricas que organizam as reflexões sobre o jornalismo como construção de sentido, com destaque para duas vertentes, a da construção social da realidade, incluindo os estudos sobre cotidiano e senso comum, e a da percepção do jornalismo como narrativa, em sua dimensão simbólico-mítica e em sua relação com os estudos do imaginário. No entrecruzamento dessas vertentes, o jornalismo pode ser pensado como exercício de entendimento de mundo.

Palavras-chave: Narrativa jornalística, construção de sentido

Abstract: *There are several concepts that define journalism as a space for shared knowledge, built agreement, common sense, information, social knowledge, cultural mediation of daily life or element of the public sphere. This manuscript searches for theoretical and historical clues that will help to organize thoughts on journalism as a space for building meaning after tracing several studies on the topic. Two branches get special attention here: the social construction of reality and the perception of journalism as a symbolic and mythic story telling process. At the intertwining point of these branches, journalism may be thought as an exercise of world view.*

Key words: journalistic narrative, meaning building

1 Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a pesquisadora defendeu em 2000 a tese "O imaginário rural do leitor urbano: o sonho mítico da casa no campo", no programa de doutoramento em Antropologia da PUC de São Paulo. Como jornalista, trabalhou por onze anos na Revista Globo Rural / Editora Globo, em São Paulo.

Pode-se dizer que, mesmo de modo esparso, tem sido construída uma história que conta a investigação do *jornalismo como produtor de conhecimentos*. Várias são as conceituações que sugerem o jornalismo ou a mídia em geral como um lugar de: conhecimento comum, rede informacional na construção social da realidade, conhecimento compartilhado, consensos em construção, saber de acontecimento, senso em comum, acervo social de conhecimento, vetor de interesses comuns, agente institucionalizador da sociedade como realidade objetiva, mediação cultural da vida cotidiana, elemento constituinte da esfera pública etc.

A intenção aqui é procurar, nesse trajeto percorrido, pistas para se pensar o jornalismo como exercício de entendimento do mundo. De largada, o caminho aparece bifurcado, mas uma bifurcação que rapidamente se arranja em paralelismo e interseções no terreno conceitual da *produção de sentidos*. Uma dessas linhas sustenta-se sobre o aporte da construção da realidade social e, à superfície, é margeada pelas investigações a respeito dos reordenamentos do senso comum. A outra se volta para a percepção do jornalismo como narrativa; uma narrativa configurada como novos modos de manifestação simbólica e mítica, margeada por sua vez pela dimensão subterrânea do imaginário, sempre na direção da produção de sentido - e, claro, esse caminho é cortado por grandes transversais, como os estudos diversos sobre processos discursivos, no que envolve as ciências da linguagem e as teorias da cognição, estudos sobre as constituições identitárias, os discursos de poder e de disciplinarização, os registros da cultura e os dizeres dos não-ditos.

1 Vertente 1: construção social da realidade, cotidiano e senso comum

Alguns investigadores, como Michael Kunzick e Mauro Wolf, consideraram um marco na investigação do jornalismo como construção da realidade ou produção de sentido: o clássico livro *Opinião pública* (1922), de Walter Lippmann, um dos primeiros a interrogar sobre a relação entre o que diz a mídia e o que pensa o público. Embora interessado em demarcar procedimentos para a objetividade jornalística, Lippmann destacou a mídia como relevante ligação entre o mundo exterior e as imagens dos acontecimentos desse mundo nas mentes das pessoas. Localizados no campo da sociologia do conhecimento, também os estudos dos efeitos da mídia a longo prazo, por mais que centrem suas intenções nos objetivos dos emissores, têm vínculos históricos com as teorias da construção da realidade. Wolf resume essa relação.

Ao voltar sua atenção para a importância e para a função dos processos simbólicos e de comunicação como pressupostos da sociabilidade, a sociologia do conhecimento torna-se progressivamente uma das temáticas-guia na fase atual da pesquisa: sendo assim, não é por acaso que, de modo paralelo, a temática dos efeitos se identifica na perspectiva dos processos de construção da realidade (Wolf: 140).

Em seu rastreamento, Wolf dá saltos de 20 anos, de Lippmann (1922) passa às contribuições de Lazarsfeld (1940), em seu estudo sobre o rádio na representação da realidade, e de Lang e Lang (1962), na crítica aos efeitos limitados e passagem para os efeitos cumulativos nos processos de comunicação de massa. É essa passagem para efeitos cumulativos implicaria, segundo Wolf, o abandono do modelo transmissivo da comunicação para um modelo focado no processo de significação. O pesquisador português Nelson Traquina, ao discutir a problemática dos efeitos e do poder da mídia, também começa por Lippmann para pensar a teoria do agendamento (*agenda-setting*), estudo de McCombs e Shaw (1972). Jorge Pedro de Sousa igualmente retoma Lippmann, para verificar a gênese e o desenvolvimento de grandes linhas de investigação sobre os efeitos dos meios - quando afirma não haver respostas definitivas sobre a influência dos meios jornalísticos sobre a sociedade (Sousa, 2002: 119).

Entretanto, o campo dos estudos dos efeitos, em sua maior parte desenvolvido por pesquisadores norte-americanos, é muito amplo **2** e, como dito anteriormente, mesmo quando investigando os efeitos dessa comunicação no público, parcela significativa dessas pesquisas está interessada na eficiência do trabalho dos emissores - e isso até mesmo quando os estudos dos efeitos se deslocam do interesse na mudança de comportamentos e atitudes do público para os efeitos cognitivos causados pelas notícias.

2 Alguns exemplos dessa diversidade: exposição seletiva (Lazarsfeld e Berelson, 1944); teorias da persuasão (Hovland, 1949); teoria hipodérmica, two-step flow (Lazarsfeld, 1955); dissonância cognitiva de Festinger (1957), efeitos limitados, exposição das pessoas às notícias, influência pessoal, agendamento (McCombs e Shaw, 1972), usos e gratificações (Katz, 1974), espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1977).

3 ver Traquina (pp. 60, 86 e 122): o autor localiza na década de 70 a emergência desse novo paradigma - "as notícias como construção"-, paradigma em contraposição às teorias da notícia como espelho da realidade e como resultado da objetividade profissional - uma discussão ainda do ponto de vista de quem produz, o emissor-jornalista.

Tais referenciais teóricos têm como contrapeso os estudos europeus sobre os discursos midiáticos, preocupados concomitantemente com quem fala e a quem se dirige esses discursos. A questão do jornalismo como produtor de conhecimento e de sentidos, porém, demonstra possuir uma trajetória peculiar, que se dá num caminho interseccional. O percurso se complexifica pelas sutis demarcações entre as pesquisas sobre o jornalismo como construção de sentido e de realidade social, por um público, e aquelas sobre as notícias como construções elas mesmas, construídas pelos jornalistas **3** - e construções igualmente sociais. São sujeitos e objetos em permanente troca de lugar.

Novamente verifica-se aqui quanto entrecruzadas são as abordagens sobre o conteúdo construído pelos jornalistas (notícia) e o conteúdo (a mesma notícia) que, em seguida, constrói outro conteúdo (sentido) em uma recepção. Ambos conteúdos retirados e devolvidos a uma realidade social compartilhada (por jornalistas e por receptores; e ainda acrescentaria pelos múltiplos tipos de fonte). Fiquemos, por enquanto, apenas com as notícias e a leitura de mundo que a recepção faz por meio delas.

O pesquisador alemão Kunczik, ao trabalhar para as conceituações de jornalismo, também parte de Lippmann, assim como Wolf, só que para discutir valores informativos e modos de seleção de notícias, temática da década de 60. Também ele salta algumas décadas, até Winfried Schulz, com seu trabalho *A construção da realidade nos meios de comunicação* (1976) e outros estudos seus da década de 80. Antes, pára em Wilbur Schramm (1949), em sua distinção entre gratificação adiada e gratificação imediata dos receptores de notícias. Kunczik, mais adiante em seu grande compêndio, também não deixa de buscar referência anterior em Max Weber, com sua tese de doutorado sobre o papel social do jornal, defendida em 1910 na Universidade de Chicago. Mas volta bem antes ainda, longe do século XX, e retoma Daniel Hartnack, com publicações de 1688.

Para Kunczik, Hartnack já vislumbrava o problema da construção da realidade pelos meios de comunicação de massa, ao identificar que o aparecimento periódico de jornais produz uma demanda de notícias que não depende do que acontece no mundo (p. 241). Kunczik também recupera Tobias Peucer, o autor da que é considerada a primeira tese sobre publicações de jornais (1690), para discutir o que é notícia - o pioneiro traz pequenas pistas sobre utilidade ou função do jornalismo na vida das pessoas.

Apesar de antecedentes de história mais longínqua, Kunczik reafirma a importância de Schultz como referência nesse trajeto de construção da realidade pelo jornalismo.

Schulz fala de uma constituição, ou mesmo construção, da realidade por parte dos meios de comunicação em que os critérios empregados são os valores das notícias. Mas para os receptores, que não têm acesso primário à maioria dos assuntos noticiados, esse mundo construído torna-se uma realidade "verdadeira" (Kunczik: 250).

Kunczik está preocupado com o poder dos jornalistas, pois, como diz, as percepções da realidade por parte de um povo são formadas, de modo decisivo, pelos critérios de seleção de um único grupo ocupacional: os jornalistas; então, a realidade construída pela mídia noticiosa significaria a imagem do mundo criada na cabeça dos receptores pelos critérios dos jornalistas (p. 250). Nesse contexto, o autor alemão lembra ainda Gaye Tuchman em *Making news: a study in the construction of reality* (1978), quando também a pesquisadora examina as forças que influenciam a seleção/produção das notícias, atribuindo aos jornalistas "o poder de criar, impor e reproduzir significados sociais - de construir a realidade social" (apud Kunczik: 264) - necessário considerar, porém, os estudos que, na seqüência, vinculam os jornalistas produtores de sentido ao próprio contexto social dessa produção, como é o caso dos estudos de *newsmaking* e a relevância dada à cultura profissional **4** .

4 Na década seguinte é possível encontrar, de maneira transversal, aspectos dessa abordagem nos trabalhos de Herbert Gans e Michael Schudson.

J. P. Sousa vai situar, ao lado de Schulz, Thomas Luckmann, na tarefa de inserir processos sociais de interpretação e de leitura da mídia pelo público: primeiro, ao retomar a obra conjunta dos dois autores, de 1973, *Las estructuras del mundo de la vida*, que trata de um patamar mínimo de conhecimento objetivado compartilhado; e depois, a clássica obra de T. Luckmann e Peter Berger, *A construção social da realidade* (1966), quando os autores "trouxeram as novidades necessárias para o alargamento do campo teórico das Ciências da Comunicação à sociologia interpretativa" (Sousa, 2002: 140)

Comentando os estudos de T. Luckmann, G. Gerbner (*teoria do cultivo*, 1967) e as investigações D. Altheide (*Creating reality: how tv news distorts events*, 1974), Sousa diz que, nesses marcos,

os meios de comunicação, através de seus conteúdos, criariam formas de compreensão compartilhadas que permitiriam às pessoas enfrentar o cotidiano, tornariam públicos determinados acontecimentos e idéias, entreteriam, criariam públicos, forneceriam as bases para que a política se transformasse numa coisa pública, permitiriam a aculturação independente da mediação interpessoal e moldariam normas, valores, atitudes, gostos e preferências interiorizadas pelos indivíduos (Sousa: 192).

Voltando a Lang e Lang, temos a mesma percepção:

Muito do que as pessoas conhecem sobre a vida política é aprendido de segunda ou terceira mão por meio da mídia. Esta estrutura um contexto político muito real, mas que nós podemos apenas conhecer "de longe" (...). Além disso, os meios de comunicação de massa estruturam a realidade mais vasta, não local, da qual é difícil subtrair-se (...). Há algo de invasor (*obstrusive*) em relação ao que a mídia apresenta, algo que torna sua influência cumulativa (Lang e Lang apud Wolf: 142).

Para pensar sobre que conhecimento é esse apreendido pelas pessoas em sua relação com o jornalismo, Cristina Ponte, em seu livro *Leituras das Notícias* (2004), também se propõe a inventariar o jornalismo como produção e circulação de sentido. Entre os "primeiros olhares sobre o conhecimento do jornalismo", Ponte localiza o sociólogo francês Gabriel Tarde, com seu livro *A opinião e as Massas*, de 1910. Ao traçar um quadro sociológico das transformações de natureza política, social e cultural decorrente das novas formas de comunicação, como a imprensa, Tarde teria introduzido, segundo a autora, o conceito de *público* como nova forma de coesão entre indivíduos fisicamente separados mas partilhando os mesmos interesses. "O jornal constituía assim um espaço de conversação pública, desenvolvido a partir de formas privadas de comunicação e retornando a estas como 'a mais abundante fonte reguladora e nutridora'" (Ponte, 2004: 52).

Ao passar das contribuições da Escola de Chicago, no início do século XX, para a investigação sobre a dimensão social do jornalismo, Ponte afirma que o texto de Robert Park, *News as form of knowledge*, de 1940, "é incontornável como primeira reflexão epistemológica sobre o jornalismo" (Ponte, 2004: 55). Para Ponte, Park aponta aí para um investimento afetivo por parte do leitor, um conhecimento sensitivo vindo de hábitos combinado com um conhecimento preciso e sistemático. As notícias estariam num lugar intermediário entre o continuum desses dois tipos de conhecimento. Objetivando ler o texto de Park no contexto histórico em que foi escrito (de afirmação de uma imprensa de massa anterior à influência do audiovisual), Ponte lembra que seus estudos ainda estão longe do percurso que levaria, nos anos 70, ao crescimento de uma sociologia do jornalismo (*newsmaking*) e igualmente longe da atenção a processos discursivos e cognitivos mobilizados nas notícias.

Mesmo apostando alto na idéia de que a interpretação na/da notícia compete quase somente ao leitor, o construtor da opinião pública, e ainda na idéia de que as notícias são eventos únicos e sem continuação, Park teria antecipado, segundo Ponte, a atenção a critérios de noticiabilidade e de valor da

notícia e, com isso, teria pensado pioneiramente "o contributo das notícias para a construção de uma cultura partilhada (regional, nacional, de comunidade de interesses) e de uma memória coletiva, e a aproximação entre realidade e ficção" (Ponte, 2004: 57).

J. P. Sousa chega a considerar Park o precursor da Escola Canadense, no que diz respeito aos estudos sobre os meios jornalísticos. Lembra ter sido Park um dos primeiros a realçar o fato de a comunicação jornalística ser modeladora da cultura, de a notícia ser uma forma de conhecimento. Ao facilitar a criação de consensos, o jornalismo cumpriria a função de manter a coesão do grupo social; uma função que Park considerava essencial - posição criticada pelo pesquisador brasileiro Adelmo Genro Filho em seu livro *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, de 1987; para Genro Filho, esse papel do jornalismo não seria o de garantir a "sanidade do indivíduo" ou a "permanência na sociedade", mas sim de ser uma possibilidade concreta de intervenção social, para mudanças de modo revolucionário.

Ainda entre os primeiros olhares sobre a investigação do jornalismo como produção de conhecimento, Ponte elege duas outras grandes contribuições: Berger e Luckmann, novamente, e Erving Goffman. Os estudos sobre enquadramento elaborados por Goffman, desde 1974 (*Frame analysis*), tratam de *consensos em construção* e de *esquemas básicos de interpretação e leitura* 5. Muitas reflexões de Berger e Luckmann em seu livro *A construção social da realidade* foram traduzidas, com muita pertinência, para o universo dos estudos de jornalismo. Os autores partem da correlação entre linguagem e conhecimento da vida cotidiana.

5 Traquina, ao trabalhar a questão da narrativa no jornalismo, identifica trabalhos mais recentes sobre enquadramentos midiáticos, entre eles, Wolfsfeld (1991), Gansom e Modigliani (1989). Wolf localiza o tema da moldura interpretativa já em Galtung e Ruge (1965) e em Shaw, E. (1979). E Cristina Ponte, lembrando a designação de *esquemas básicos de interpretação (frameworks)*, cita ainda Tuchman (1978) e Jenny Kitzinger, com o conceito de *modes midiáticos* (2000).

Posso falar de inúmeros assuntos que não estão de modo algum presentes na situação face a face, inclusive assuntos dos quais nunca tive, nem terei experiência direta. Deste modo, a linguagem é capaz de se tornar o repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências, que pode então preservar no tempo e transmitir às gerações seguintes (...) Devido a esta capacidade de transcender o "aqui e agora", a linguagem estabelece pontes entre diferentes zonas dentro da realidade da vida cotidiana e as integra em uma totalidade dotada de sentido (Berger e Luckmann, 2002: 52 e 59).

Os autores seguem discutindo a acumulação seletiva dentro do campo semântico, e, em virtude dessa acumulação, constitui-se o que denominam de *acervo social de conhecimento*:

Vivo no mundo do senso comum da vida cotidiana equipado com corpos específicos de conhecimento. Mais ainda, sei que outros partilham, ao menos em parte, deste conhecimento, e eles sabem que eu sei disso. Minha interação com os outros na vida cotidiana é por conseguinte constantemente afetada por nossa participação comum no acervo social disponível de conhecimento (Berger e Luckmann, 2002: 62).

Os autores se referem a uma competência pragmática para a 'localização' e o 'manejo' na vida cotidiana. Porém, extrapolando para o que significaria isso num cotidiano experienciado numa metrópole ou num cotidiano conectado a assuntos distantes - sobre governo, outros povos etc - e de interesse comum de um público, de comunidades de sentido, é possível reler a discussão dos autores no campo do consumo de notícias. O jornalismo pode ser entendido como um importante constituinte desse "depósito social do conhecimento" e de sua distribuição.

Pode-se tributar também a Berger e Luckmann, com sua proposta de analisar sociologicamente o conhecimento na vida ordinária, a relevância dada ao cotidiano nos estudos de produção de sentido pelos meios de comunicação de massa; uma abertura para investigadores que, nas décadas finais do século XX, vão se voltar para os estudos de recepção - principalmente no contexto da escola britânica dos estudos culturais.

É interessante, inspirando-se nesses dois autores, pensar o acervo de notícias - em constante atualização, acúmulo e esquecimento - como uma produção de sentido que nos ajuda a dar conta de motivos pragmáticos rotineiros, numa

apreensão da realidade pelo senso comum, e também de responder a demandas mais subjetivas, aquelas que a partir desse *capital social de conhecimento*, constituído de e pela linguagem, nos elevem para além do imediato diário e nos situem dentro de "imensos edifícios de representação simbólica", como bem fazem a arte ou a ciência. Como disseram Molotch e Lester, no ano de 1974, pensando para além do curso da vida diária na vida público-política,

toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos diretamente e dão como observáveis e significativos *happenings* que seriam remotos de outra forma (...) o conteúdo das concepções de um indivíduo da história e do futuro da sua comunidade vem depender dos processos através dos quais os acontecimentos públicos se transformam em recurso do discurso nos assuntos públicos (Molotch e Lester apud Traquina: 22)

Sousa, comentando a importância da comunicação jornalística no cotidiano, também afirma que, de alguma forma,

as notícias, entre múltiplas outras funções, participam na definição de uma noção partilhada do que é atual e importante e do que não o é, proporcionam pontos de vista sobre a realidade, possibilitam gratificações pelo seu consumo, podem gerar conhecimento e também sugerir, direta ou indiretamente, respostas para os problemas que quotidianamente os cidadãos enfrentam. As notícias, ao surgirem no tecido social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa mesma realidade (Sousa: 119).

Em vários de seus trabalhos, na década de 80, Stuart Hall procurou compreender as relações da mídia com cultura, linguagem e ideologia. Para o autor, os meios de comunicação atuariam na construção seletiva do conhecimento social pelo qual percebemos o mundo, as realidades vividas de outros e assim construiríamos imaginariamente um mundo global inteligível. Eles proveriam um inventário constante dos léxicos, estilos de vida e ideologias a objetivadas, classificariam e ordenariam os diferentes tipos de conhecimento social, providenciando contextos referenciais que contribuem para dar sentido ao mundo. Além disso, organizariam essa classificação seletiva, produzindo consensos e legitimidades (apud Sousa, 2002: 151).

No Brasil, dois livros investem na investigação do jornalismo como forma de conhecimento. O já citado *O segredo da pirâmide*, de Genro Filho, de 1987, discute a distinção entre o conhecimento da ciência e do jornalismo em função das categorias universal (própria das teorias científicas), particular e singular (próprias do jornalismo). E *O conhecimento do jornalismo*, de Eduardo Meditsch, ano de 1992.

Inspirando-se em Genro Filho, Meditsch também entende o Jornalismo como forma diferenciada de conhecimento: "*O Jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a Ciência: ele simplesmente revela diferente. E ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar*" (Meditsch, 1992: 4). Concorrendo com outras formas/modos sociais de conhecimento mais prestigiados na nossa cultura, como é o caso do conhecimento científico, o Jornalismo não apenas reproduziria o conhecimento que ele próprio produz, como reproduziria também o conhecimento elaborado por outras instituições sociais; servindo, então, para conhecer e reconhecer.

Mais do que *meio de comunicação* o jornalismo passa a ser considerado um *meio de conhecimento*; uma importante e diferente via de acesso à realidade. Se tomarmos o conhecimento, diz Genro Filho, como "*a dimensão simbólica do processo global de apropriação coletiva da realidade*", podemos conceber o jornalismo como uma das modalidades de conhecimento, sendo que, assim como qualquer gênero de conhecimento, o Jornalismo se constituiria duplamente "*como revelação e atribuição de sentido ao real*" (Genro Filho, 1987: 60 e 66).

6 "Por que as pessoas sentem que precisam do jornalismo?"

Há, por fim, vários estudos que inserem o debate sobre o jornalismo como construtor de sentidos no campo do conhecimento público. Michael Schudson, no seu livro *The power of news*, pergunta logo na introdução: "why do people feel a need for journalism?" **6** E responde: querer saber das notícias provavelmente é uma necessidade que vai além do costume da fofoca, da vontade de ter informação sobre pessoas e lugares, do desejo de ter registro dos mistérios e as maravilhas do mundo. É querer um produto, ordenado, editado, compartilhado.

O autor sugere que reconheçamos que a notícia é uma *forma de cultura*, uma *força social*, apesar de não ser uma ação política. Notícia, para Schudson, é um produto cultural, é *conhecimento público*. Como dito anteriormente, há cruzamentos constantes entre pensar o produto jornalístico como conhecimento e pensá-lo como forma de construir o conhecimento de um público, seu entendimento da realidade. E esse conhecimento das pessoas por meio das mídias transita entre a proposta mais política, para uma participação pública e democrática, e a idéia de um imaginário comum, igualmente compartilhado.

2 Vertente 2: dimensão simbólico-mítica, relação com o imaginário

Vários dos autores já mencionados tentaram nomear o que seria esse conhecimento compartilhado pelo jornalismo. Schulz falava em mapa *cognitivo do público* (apud Kunczik: 251), Wolf em *patrimônio cognitivo dos destinatários* (p. 142), Sousa em *ecossistema simbólico* (p. 199). Há nessas tentativas um encaminhamento da reflexão para a dimensão do simbólico - eles próprios, Berger e Luckmann, deixaram pistas, quando demonstraram a legitimação do simbólico no ordenamento da história, na localização dos acontecimentos coletivos em uma certa coerência, com passado, presente e futuro (p.140).

Para Hall, mesmo quando se verificam os estudos sobre valores-notícia, apreendidos dos acontecimentos selecionados como notícia, pode-se entender que os valores-notícia sejam *mapas culturais* do mundo social, mapas construídos pelos próprios jornalistas (apud Traquina: 115). Ou seriam os jornalistas *comunidades interpretativas*, como sugere Barbie Zelizer? Segundo Ponte, Zelizer, década de 90, propõe a compreensão de que os jornalistas possuem um repertório de acontecimentos do passado, de uma cultura, que se constitui como modelo de apreciação do presente. Centrais no processo noticioso, para Zelizer, seriam também os conceitos de performance, ritual e narrativa.

Mas, mantendo a intenção de olhar para a recepção como o lugar desde onde pensar todo o processo comunicativo, como recomenda Jesús Martin-Barbero, os leitores de notícias poderiam ser pensados eles próprios como comunidades interpretativas. Numa primeira abordagem, recuperando a discussão sobre o lugar do conhecimento do senso comum. Como produto de consumo cultural, o jornalismo produziria e organizaria sentidos, quase sempre conectados ao senso comum. Martin-Barbero prefere falar em sentido em comum, resgatado da vida cotidiana, que é lugar e tempo de conformação, criatividade, iniciativa, de troca de sensibilidade e racionalidade **7**. De acordo com Meditsch, o Jornalismo opera no campo lógico do senso comum, da realidade dominante - o que lhe traz fragilidade e força.

7 In: Mauro Wilton de Souza (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*, p.60.

O conhecimento do senso comum foi até bem pouco tempo desprezado pela teoria, uma vez que toda a ciência moderna se constituiu com base na sua negação. Mas, na medida em que as ciências humanas passaram a valorizar a observação do cotidiano para o desvendamento das relações sociais, o que era visto como 'irrelevante, ilusório e falso' começou a aparecer não só como objeto digno de consideração pela teoria do conhecimento mas, em última análise, como o seu objeto principal (Meditsch, 1992: 8)

O senso comum se referiria, então, ao mundo que é comum a muitos, e o seu conhecimento seria esse *conhecimento compartilhado* - muito embora, como diz Meditsch, o senso comum não seja tão democrático quanto parece, pois, como todo conhecimento, também ele é repartido socialmente, dependendo das particularidades dos auditórios. Saber o que acontece à sua volta, assegurar-se dentro dos acontecimentos é possível para o leitor/ouvinte/telespectador quando a notícia traz "*a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro*", como diz o jornalista Alberto Dines (p.90).

Geralmente até mesmo a mais simples matéria jornalística pede os quatro pontos cardeais: informação que vem do leste (direita, do principal envolvido, da circunstância originária do fato, do sujeito principal, da afirmação), do oeste (da esquerda, dos demais envolvidos, das circunstâncias afetadas, das testemunhas, da negação, da oposição, do lado contrário), do sul (da remissão ao passado, da comparação, das situações ou sujeitos precedentes) e do norte (da projeção para o futuro, para a possível solução, para novos efeitos).

É o que venho chamando de jornalismo cardinal. Um exercício que "produz sentido em duplo sentido": o de direção, localização nos debates, de tomada de decisões e opções diversas, inclusive no que diz respeito a valores; e o de entendimento, compreensão das coisas do mundo. O que deveria ser mais avaliado hoje, e já há estudos com tal inclinação, é como pensar o jornalismo em contextos de acumulação de sentidos e de conhecimentos. Tratar da recepção das notícias cumulativamente; como se dá o entendimento de um mesmo acontecimento pela leitura/audiência assídua de um único veículo, pela combinação do informativo com o opinativo, ou pela soma de informações recebidas de diferentes meios?

Novamente, como uma grande transversal, os estudos jornalísticos no campo da cognição cortam esse inventário sobre a relação entre o jornalismo e a produção de sentido e conhecimento. O holandês Teun Van Dijk argumenta que a notícia envolve o processamento de grandes quantidades de *informação estruturadora, repetida e coerente*, que servem como base para ampliações mínimas e outras mudanças em nossos modelos de mundo (*apud* Meditsch: 9).

Rosana Soares endossa essa posição: "ao contrário do que se propaga, o jornalismo não está ligado à busca do "novo todo dia", mas a algo que se repete e, ao se repetir, torna-se uma referência permanente àquilo que faz o comum de todos. É portanto redundância e novidade, repetição não do mesmo mas do diverso que, diferente a cada vez, repete uma mesma estrutura" (Soares, 2001: 30). E concorda também Ciro Marcondes Filho: "o jornalismo não age só no plano imediato. A soma de todos os imediatos diários constrói um contínuo sedimentado na extensão do tempo. Se a essência da técnica é algo de natureza não técnica, a essência do instantâneo é algo, necessariamente, de natureza não-passageira" **8** .

Mas, ao pensarmos ação cumulativa das notícias na vida das pessoas e observarmos também os leitores como comunidades interpretativas, poderíamos, numa segunda abordagem da recepção, religar, nos estudos de jornalismo, os produtores de notícias e os leitores/ouvintes/telespectadores de notícias. No campo dos estudos antropológicos encontramos hoje boas indicações de como prosseguir no trajeto da investigação sobre jornalismo e produção de sentido. Trata-se de pensar considerando, ao mesmo tempo, o sujeito que produz a notícia e o sujeito que faz a leitura da notícia, identificando suas simbologias e imagens míticas comuns.

O universo simbólico, tão caro à Antropologia, ainda é pouco explorado nos estudos dos processos comunicativos midiáticos. Os imaginários, por onde

transita a recepção de produtos culturais massivos, atuam em variadas demandas da subjetividade humana. Como investigado na tese sobre o "*O imaginário rural do leitor urbano: o sonho mítico da casa no campo*",⁹ os imaginários de tempo e espaço e diversas outras imagens míticas cumprem tanto uma necessidade psicológica como são apreendidos como salvaguarda contra a mediocridade da rotina, como função mítica e de transcendência, fator de equilíbrio psicossocial, exercício de dimensão cósmica e onírica e de fabulação.

Nessa pesquisa, com leitores metropolitanos da revista Globo Rural, da Editora Globo, foi verificado ainda que a leitura ou audiência de produtos simbólicos de massa, como é caso das notícias, é capaz de organizar significados e coisas e, mesmo de forma precária, provocar sensações estéticas ricas e nutrir espíritos desejosos de transcender no tempo e no espaço. Se antes o papel de conservatório de símbolos e mitos cabia à religião e depois foi transferido às grandes artes e mais tarde ao cinema e à própria ciência, hoje alguns programas de televisão ou publicações jornalísticas conseguem - obviamente, dentro das limitações que lhe são próprias e de intenções outras - alimentar em sujeitos-receptores o imprescindível luxo da fantasia e da experiência estética e poética. Notícias, tais quais os mitos, podem atuar como narrativas, e serem estudadas como conformadas por matrizes mitológicas e conformadoras de sistemas simbólicos.

Luiz Gonzaga Motta, que vem trabalhando para uma antropologia da notícia, organiza a comunicação jornalística em três dimensões: a pragmática, a cognitiva e a simbólica. Baseado na narratologia como metodologia, Motta considera como segmento narrativo um conjunto de notícias publicadas ou divulgadas dias ou semanas seguidas sobre um mesmo assunto. E é nesses segmentos que busca identificar elementos míticos. Em texto de 1988, Elizabeth Bird e Robert Dardenne publicaram no livro *Media, Myths and narratives: television and the press*, de W. Carey, um texto sobre narrativas das notícias e mito, no qual apontavam como é possível perceber tanto nas *soft news* como nas *hard news* sinais mitológicos de uma construção narrativa.

Assim como os mitos, as notícias nos informariam sobre o mundo que vivemos, nos tranquilizando, nos dando contornos normativos de certo e errado, parâmetros para nos aventurar, nos apaziguando ou colocando em conflito com nossos heróis e santos (Bird e Dardenne, 1993: 266). Dizem os autores ainda que, na dimensão mitológica, as pessoas tendem a acreditar nos 'especialistas' na narram a estória e que têm acesso à verdade - relação semelhante teria o público com o contador de notícias (Bird e Dardenne, 1993: 274).

Os jornalistas norte-americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel, autores de um livro muito divulgado no Brasil no ano passado, *Os elementos do jornalismo*, recorrendo ao historiador Michell Stephens, lembram da troca de informações ao longo da história e através das culturas e, referenciando Molotch e Lester, assinalam que as notícias satisfazem um impulso humano básico, uma necessidade de saber o que acontece além da nossa própria experiência direta; as pessoas precisariam de informação por causa de um instinto básico, que chamam de *instinto de percepção*. Em duas passagens do livro, explicam o conceito.

Precisamos de notícias para viver nossas vidas, para nos proteger, para nos ligarmos uns aos outros, identificar amigos e inimigos. O jornalismo é simplesmente o sistema criado pelas sociedades para fornecer essas notícias (Molotch e Lester *apud* Kovach: 18)

Elas [as pessoas] precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além da própria experiência. O conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas (...) para criação da comunidade, propiciando as ligações entre as pessoas. Notícia é aquela parte da comunicação que nos mantém informados dos fatos em andamento, temas e figuras do mundo exterior (Molotch e Lester *apud* Kovach: 36).

Na mídia, diz Christa Berger, quem falam são os jornalistas, alçados a narradores da era tecnológica, da idade mídia. E continua:

Em todos os tempos, as histórias foram contadas por narradores com sensibilidades próprias do seu tempo, e estas histórias forneceram as instruções essenciais para as pessoas viverem ou sobreviverem. O que os jornalistas contam, com as tecnologias disponíveis, com as palavras e as imagens propiciadas pela sensibilidade e consciência possível é o relato, essencial ou, talvez, apenas suficiente para se viver, neste tempo (Berger, C: 156).

A proposta de estudos recentes é não fechar a investigação sobre a dimensão simbólica-mitológica no noticiário *soft*, como aliás já sugeriram Bird e Dardene. Ao analisar a relação do jornalismo com melodrama, Cristina Ponte também defende que se estude o conjunto das notícias. Por um lado, divulgar (e estudar) o *fait-divers* ou notícias de interesse humano com problematizações do ponto de vista social; e deixar que notícias sérias ou pesadas ganhem com os recursos da narratividade - mesma direção para que tende o estudo de Afonso de Albuquerque, que propõe pensar a narrativa jornalística para além do *fait-divers*. Ponte explora ainda o estudo de Jack Lule (2000) sobre jornais de referência (não sensacionalistas), no caso o *The New York Times*, no qual são identificados mitos subjacentes no noticiário de forma geral - a boa vítima, o bode expiatório, a boa mãe, o castigo diluviano, o herói, a criança abandonada etc (Ponte: 45).

A intenção desse inventário é prosseguir na investigação, teórica e empírica, sobre o jornalismo como exercício de entendimento do mundo, tal qual Berger e Luckmann imaginam atuar o conhecimento do cotidiano.

Meu conhecimento da vida cotidiana tem a qualidade de um instrumento que abre caminho através de uma floresta e enquanto faz isso projeta um estreito cone de luz sobre aquilo que está situado logo adiante e imediatamente ao redor, enquanto em todos os lados do caminho continua a haver escuridão (Berger e Luckmann: 66).

Talvez seja mesmo uma intenção iluminista, mas que quer compreender, mais do que explicar, se e como as notícias iluminam de alguma forma nossas vidas.

7

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Afonso (2000). *A narrativa jornalística para além dos faits-divers*. Revista Lumina - Facom/UFJF, v.3, n.2, p.69-91, jul./dez.

BERGER, Peter. e LUCKMAN, Thomas (2002). *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes.

BERGER, Christa (2002). *Jornalismo na comunicação*. In: *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Weber, M.H., Bentz, I. e Hohlfeldt (orgs). Porto Alegre: Sulina. (Compós)

BIRD, S. E. e DARDENE, R. W (1993). *Mito, registo e' estórias': explorando as qualidades narrativas da notícias*. In: Traquina, N. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega.

DINES, Alberto (1986). *O papel do jornal*. São Paulo: Summus.

- GENRO FILHO, Adelmo (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Tchê.
- KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2003). *Os elementos do jornalismo; o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial.
- KUNCZIK, Michael (2001). *Conceitos de jornalismo; norte e sul*. São Paulo: Edusp.
- MARCONDES FILHO, Ciro (2000). *Comunicação e jornalismo; a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (1995). *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: Souza, Mauro W. (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense.
- MEDITSCH, Eduardo (1992). *O conhecimento do jornalismo*. Florianópolis, SC: Ed. Da UFSC.
- MOTTA, Luiz Gonzaga (2004). *Narratologia: análise da narrativa jornalística*. Brasília: Casa das Musas (coleção Textos em Comunicação, ano II, v.2, n.5).
- PONTE, Cristina (2004). *Leituras de notícias*. Lisboa: Livros Horizonte.
- SCHUDSON, Michael (1995). *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press.
- SILVA, Gislene (2000). *O imaginário rural do leitor urbano; o sonho mítico da casa no campo*. (tese de doutorado). PUC-SP/ Programa de Ciências Sociais/Antropologia.
- SOARES, Rosana Lima (2001). *Imagens veladas: aids, imprensa e linguagem*. São Paulo: Annablume.
- SOUSA, Jorge Pedro (2002). *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó, SC: Argos.
- TRAQUINA, Nelson (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos.
- WOLF, Mauro (1985). *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes.