

Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo

Antonio Fausto Neto

Resumo

Reflete-se sobre as transformações da autonomia do campo midiático-jornalístico, a partir de mutações do processo da noticialidade decorrentes dos efeitos da midiaticização da sociedade e de suas práticas sociais. O foco de análise são as operações de auto-referencialidade pelas quais a enunciação jornalística indica a natureza e a especificidade do seu lugar e dos efeitos de suas operações sobre as condições de construção de sua legitimidade. Toma-se como estudo a revista *Imprensa*, através de sua seção “entrevista”, cujas estratégias de auto-referencialidade se evidenciam pela própria existência da publicação e pela transformação dos objetos das entrevistas – os jornalistas – em “sujeitos da celebridade”. Estas operações de referencialidade visam a consagrar o jornalismo como prática social e de sentido.

Palavras-chave:

Auto-referencialidade, Autonomia, Interface, Jornalismo, Jornalistas

Notes on the strategy of celebration and consecration in journalism

Abstract

This study is a reflection about the transformations of the autonomy in the mediatic-journalistic field, via mutations in the newsworthiness process, which is originated from the society's mediatization effects and its social practices. The analysis focus is the self-referentiality through which the journalistic enunciation indicates the nature and the specificity of its place and of the effects of its operations on the conditions of its legitimacy construction. *Revista Imprensa* (Press Magazine) is taken as a case study, through the 'interview' section, whose self-referentiality strategies become evident by the publication existence itself and by the transformation of interviews' objects – the journalists – in 'celebrity subjects'. These operations of referentiality aim to consecrate journalism as a social and meaningful practice.

Key words:

Self-referentiality, Autonomy, Journalism, Journalists

As transformações da autonomia

Esta reflexão foca considerações sobre algumas questões articuladas com a transformação da autonomia do campo jornalístico-midiático, especialmente àquelas que dizem respeito às estratégias através das quais organiza suas iniciativas de “organização de contato” e de “pedido de reconhecimento”, por parte do mundo que lhe é externo.

A crescente autonomia do campo midiático-jornalístico produz várias problemáticas envolvendo suas relações com outros campos sociais, além de outras diretamente vinculadas com os seus processos internos de organização, seus modos de funcionamento, bem como suas próprias estratégias de legitimidade e de reconhecimento de suas práticas.

Para desenvolver tais proposições, se faz necessário situar, de modo breve, considerações e indicações teóricas sobre a autonomia do campo midiático-jornalístico e de suas práticas discursivas, a fim de que se possa entender alguns valores e as operações através das quais estariam engendrando um determinado “modo de legitimidade”, permeado pelo trabalho de auto-referencialidade.

A autonomia deste campo situa-se nas dinâmicas de complexos processos que têm transformado o status do jornalismo e o seu “lugar de fala”, no percurso de “sociedade dos meios” para a “sociedade midiaticizada”. Na primeira, a sociedade caracterizada pela existência de meios, o campo jornalístico, através de suas práticas discursivas, se constitui numa espécie de “fala intermediária”. Em um lugar que, a partir de sua competência discursiva e de sua simbólica próprias, se destaca por uma dinâmica articuladora das atividades (discursivas) dos outros campos sociais. Esta contribui para

No percurso de “sociedade dos meios” para a “sociedade midiaticizada”, complexos processos têm transformado o status do jornalismo e o seu “lugar de fala”

que processos tecno-simbólicos passem, de modo crescente, a organizar e mediar o funcionamento da experiência entre os campos e atores sociais (Rodrigues, 1999). Por tais circunstâncias, e pela natureza de sua inserção na esfera pública, o jornalismo se destacaria como uma espécie de “*dispositivo representacional*” (Verón, 2004) na medida em que a ênfase de sua atividade enunciativa se voltaria para, segundo regras privadas, falar de um mundo que seria por ela referido (nomeado). A ênfase de sua enunciação estaria na capacidade de efetuar operações – extração, nomeação, classificação hierarquização e tematização (Culioli, 1990) – de fatos que emanariam de outros campos, produzindo relatos acerca deles. É tal condição que dá identidade ao jornalismo, principalmente o corpo teórico de disciplinas e áreas de conhecimentos, que dele cuidam ao longo de muitas décadas, e que antecede o emergir da “sociedade da midiaticização”.

Assim, na “sociedade dos meios” o jornalismo já gozava de relativa autonomia (caucionada por sua competência discursiva e pela natureza de sua simbólica própria), mas o seu projeto tecno-enunciativo levava em consideração suas conexões com um ambiente externo de interlocução constituído pelos campos sociais e seus respectivos processos de produção de sentido. Este lugar representacional repercutirá nos seus modos de conectar-se com o leitor, e neste sentido dever-se-á evitar que suas estratégias discursivas tornem evidentes as marcas de suas operações, já que sua condição de “fala intermediária” lhe impunha, dentre outras coisas, o compromisso da objetividade. Ainda que na prática, pudessem vir a se constituir numa questão – como foi e continua sendo central para o jornalismo – as marcas do seu “ato de fala” deveriam ser

apagadas, ou então, se manter opacas. Dessa angulação cuidaram, tanto as reflexões internas aos estudos do jornalismo, mas principalmente, teorizações que se produziram noutros territórios, como os estudos sobre o funcionamento dos discursos sociais. Neles, mostra-se, que tais cuidados sobre os ideários deontológicos ficaram à deriva de questões mais complexas que afloravam quando, submetidas à processos interpretativos, que apontavam problemáticas sobre seu “modo de dizer”.

A transformação de uma sociedade caracterizada pela mediação dos meios em uma sociedade midiaticizada, alteraria a questão da autonomia do campo das mídias, e no caso, do jornalismo. Portanto, convém comentar em que consiste o processo de midiaticização, e seus efeitos sobre o funcionamento dos discursos jornalísticos. Trata-se da inscrição de uma ordem tecno-discursiva das lógicas e de operações midiáticas a permear a estrutura social, suas diferentes práticas e interações, e deslocando de modo transversal, para as instâncias societárias, os fluxos e efeitos sócio-técnicos, caracterizados pela cultura e operações midiáticas. Não se trata mais da existência do campo midiático como *um* lugar protagonista, mas a expansão para toda esfera da organização social de referências da cultura das mídias, enquanto operações tecno-simbólicas.

Tal permeamento possibilita a expansão para o tecido e de suas práticas sociais, de protocolos midiáticos, fenômeno que é especificamente operado pelas convergências tecnológicas. Isso não significa a supressão dos campos sociais mas o permeamento de suas práticas por estratégias e operações midiáticas, uma vez, que toda ambiência societária estaria configurada e referida pela lógica da midiaticização. O funcionamento da midiaticização,

Não se trata mais da existência do campo midiático como um lugar protagonista, mas a expansão para toda esfera da organização social de referências da cultura das mídias, enquanto operações tecno-simbólicas

no âmbito de práticas de outros campos sociais, se dá através de modos complexos, segundo a natureza de cada prática social. Basta descrever fenômenos contemporâneos, como alguns que acontecem no Brasil: o campo religioso atualiza suas “lógicas de templos”, via estratégias de midiaticização, constituindo um novo modo “de fazer religião” que se estrutura em operações midiáticas. Ou, então, quando o campo político abandona velhas retóricas em função da existência de complexos processos de interpelação, que as mídias instituem, junto aos atores e instituições sociais (partidos políticos, candidatos, eleitores, etc). (Fausto Neto, Rubim, Veron, 2003)

Os processos de midiaticização repercutem, ao mesmo tempo, sobre a própria organização do campo das mídias, dos demais campos e dos atores sociais, reestruturando os modos de conexão destas três instâncias – campos sociais, mídias e atores sociais – segundo operações junto aos âmbitos de produção e de recepção de mensagens, instalando novos modos de interação social. Mas a centralidade de lógicas das mídias empresta às práticas jornalísticas um novo regime de autonomia, não mais fundada numa “vocaçao representacional”, mas em um novo lugar, em termos socio-tecnico-simbólico. Se estivéssemos diante de uma dinâmica linear se poderia atribuir a midiaticização um papel unilateral que nele reuniria todas as possibilidades estruturadoras deste novo “regime de funcionamento” da sociedade contemporânea. Ocorre, que tais mutações se passam em meio a dinâmicas muito complexas, algumas das quais são geradas pelos efeitos da própria midiaticização. Ou seja, se de um lado acontece a homogeneização de processos produtivos, ocasionadas pelas convergências tecnológicas, construindo uma “plataforma circulatória” de

ofertas de sentidos, na forma de discursos. De outro, tal homogeneidade lida com imensos processos de operações permeadas por diversidades de estratégias de apropriação, inerentes ao trabalho dos receptores. São estratégias que, já permeadas pelos “efeitos” desta nova “ecologia comunicacional”, contribuem para transformar o próprio conceito de recepção. Sabe-se também que mais e mais um maior número de atores sociais consome cada vez menos as mesmas mídias, migrando para outros e novos nichos, segundo processos de apropriação não previstos pelos “contratos de leitura” da esfera produtiva. Tal “defasagem” entre o processo produtivo e as operações receptoras reformula a estrutura do “mercado discursivo”. Tais “desajustes” alteram também processos e os padrões de interlocução entre nichos de produção e de consumo de discursos midiáticos; fazem com que a autonomia do campo midiático jornalístico entre numa outra “órbita”, pois sua enunciação deixa de ser pronunciada nos termos de um lugar de “fala intermediária”.

Na sociedade da midiatização, os processos midiáticos ampliam sua importância através de várias plataformas produtivas e de circulação de mensagens e de sentidos. São processos que em função de sua diversidade e complexidade, passam a levar em conta novos “regimes de contato” visando a interação com receptores. A “arquitetura” deste vínculo sofre reformulações muito complexas como aquelas em que os dispositivos midiáticos convertem os receptores em co-gestores do trabalho produtivo, e noutras as próprias mídias instalam-se em “zonas de abandono”... Mesmo com autonomia para oferecer discursos, via novas plataformas, as mídias não têm assegurado o fechamento do “circuito comunicativo” segundo simetrias entre produtores e receptores.

Um maior número de atores sociais consome cada vez menos as mesmas mídias, migrando para outros e novos nichos, segundo processos de apropriação não previstos pelos “contratos de leitura” da esfera produtiva

Estas instâncias, justamente por causa de suas injunções midiatizantes, não praticam operações convergentes, já que as lógicas que estruturam oferta e uso dos meios são de natureza não-convergentes. Se, de um lado, a ambiência e plataforma asseguram a reunião de produtores e consumidores, através de “aglomerações momentâneas” (Bauman, 1999), de outro, trata de afastá-los. Significa reconhecer a multiplicidade de estratégias de sentidos. A midiatização ao mesmo tempo que institui a ambiência e elementos de novo modelo de interação, fundamentada em sua cultura, enseja também a fragmentação de dinâmicas interativas, segundo operações de sentidos que não conseguem ser reguladas pelos protocolos dos “contratos de leitura”, formulados em produção.

Tal “defasagem” afeta as lógicas sobre as quais opera a autonomia do campo jornalístico. Este vê seus próprios fundamentos, seu “saber” e suas práticas deslocados ou apropriados por outros campos sociais, segundo efeitos de interdiscursividades. A condição das operações midiáticas, enquanto “porta de acesso” aos “sistemas abstratos”, conforme concebidos em tempos de modernidade (Giddens, 1991), perde o seu vigor, obrigando-se à “reestruturações tecno-pedagógicas”, já que suas operações enunciativas são descentradas de seu próprio “chão”. A autonomia do campo vê-se diante de um paradoxo: os fundamentos de sua cultura oferecem elementos para a nova organização societária e seu funcionamento simbólico. Mas tal “disponibilidade”, ao mesmo tempo em que tira do campo dos mídias o *status* de sua vocação representacional, exige que ele se ajuste à nova contratualidade. Explicitar a singularidade do seu nicho de produção de sentido, mas tendo que abandonar o lugar

de “opacidade enunciativa” que até então configurava seu estatuto representacional. No lugar deste, explicitar – por uma postura enunciativa auto-referencial – a natureza do seu próprio lugar, passando a chamar atenção para o que diz. Sobretudo para sobre as operações que faz para nomear realidades. Ou seja, chamar atenção para seu dispositivo, este definido como a “realidade da construção” (Luhmann, 2000).

A autonomia e suas novas formas de inscrição

Os processos sobre os quais se assentam as novas feições da autonomia do campo midiático situam-se, assim, no âmbito desta “realidade da construção”. Esta realidade transforma o dispositivo representacional, segundo modelos de enunciação e operações que são elementos constituintes para as práticas simbólicas de outros campos, daí resultando as “afetações” entre diferentes campos.

Trata-se de *um* sistema que através de suas operações enunciativas *contata* instituições e atores sociais; oferece meios para construção das relações destes e, pede o reconhecimento de suas práticas. É na complexidade desta “realidade da construção” que se institui um novo “modelo pedagógico” e mercado discursivo. O campo jornalístico se apresenta como um lugar que reformula suas táticas e estratégias, reconfigurando seu status de “lugar observador”. Sua gramática e seus instrumentos lhes concedem meios de enquadrar e definir, segundo “pontos de vista” que lhes são inerentes, as realidades que resultam de suas próprias operações. Disso resulta a organização de um novo “lugar de observação”, e dos seus respectivos engendramentos, pois é neste nível que reside a explicitação de seu novo modelo de autonomia.

**É na
complexidade
desta “realidade
da construção”
que se institui
um novo “modelo
pedagógico”
e mercado
discursivo**

Estas novas formas enunciativas dão origem a “edificação” deste novo lugar, na forma de práticas discursivas que auto proclamam a natureza e racionalidade deste dispositivo, bem como as possibilidades de novas “construções de vínculos”.

Esta realidade de cunho auto-referencial desdobra-se em suportes que cuidam de suas pertinências, e também de operações discursivas propriamente ditas (Fausto Neto, 2006). Como veremos, o estudo da revista *Imprensa* mostra a existência na sua organização e funcionamento destes dois aspectos. Por um lado, por sua natureza, enquanto revista temática, já se mostra como um lugar de produção de auto-referencialidades. E, ao mesmo tempo, desenvolve estratégias pelas quais engendra a consagração do campo jornalístico no qual está inserida, bem como a celebração dos seus atores.

A revista *Imprensa*, além de se configurar neste universo, apresenta características peculiares, fazendo dupla operação: primeiro, tematizar questões relativas a este campo jornalístico, reconhecendo a existência de um mercado constituído por diferentes segmentos que compõem a “indústria cultural” e seus respectivos atores midiáticos. Em seguida, dando forma, por operações de linguagens, a sua própria existência, chamando atenção para realidade deste campo, focando-o na biografia de seus atores. Desenvolve operações que se voltam para referir ao mundo externo a existência de uma dimensão do “mundo das mídias”, no momento mesmo em que produz os próprios relatos. Talvez seja esta uma das didáticas operações a nomear a existência de um determinado campo, segundo práticas discursivas, em que referencia sua existência pelo seu modo de funcionamento.

As operações com que se engendra a “realidade da construção” dão forma a tal realidade, no momento mesmo em que se produz uma espécie de “auto-reflexividade” sobre os “modos de ser” do jornalismo e as práticas dos seus atores. Aqui, a “realidade da construção” se manifesta de um modo complexo, que é a própria enunciação que faz sobre a existência do campo e de suas práticas. Já não é só o “como fazemos para lhe oferecer a realidade”. Mas também descrever uma manifestação específica do campo: a partir de auto-operações discursivas jornalísticas, desenvolvendo uma espécie de um “meta-discurso” sobre o jornalismo. Ao mesmo tempo em que auto nomeia a existência da realidade do campo (presentificada pela revista e pelas operações enunciativas), institui regras sobre as quais se apóia o seu trabalho, não só visibilizando seus produtores, mas fazendo-os falar segundo uma regra especial de enunciação.

Celebração do Jornalismo, consagração dos jornalistas?

A revista objeto destes comentários talvez não se constitua na primeira publicação especializada, em termos temáticos, sobre questões da mídia, se levarmos em conta experiências européias e norte americanas¹. Entretanto, trata-se de uma publicação distinta, se considerarmos a natureza do seu “contrato de leitura”, sua esfera de circulação e a ênfase de sua estrutura discursiva voltada para uma prática celebracional do campo jornalístico, que se desdobra em outras que visam consagrar os seus próprios atores. Evidentemente, que celebração e a consagração são duas dimensões articuladas através das quais o campo midiático jornalístico atualiza a sua existência, suas lógicas e as possibilidades de sua permanência como dispositivo estra-

tégico de produção de sentido. Pois esta ação simbólica visa um dizer sobre a “epopéia” dos seus atores, segundo a qual o campo não só faz história, mas chama atenção para como esta história se faz. Particularmente, para o engendramento desta história, via um modelo que não só presentifica sua existência, mas as qualidades dos próprios agentes do campo (Bourdieu, 2002), que são os jornalistas.

No âmbito do contrato, os operadores que articulam a publicação, enquanto um objeto de oferta de sentidos, chamam a atenção para a estratégia editorial. Procuram pelos elogios aos seus atores – suas histórias e suas práticas – desenvolver um modelo identitário do profissional e construir uma espécie de “crença”, sobre o modo de ser deste campo social. A especificidade de sua simbólica passa não somente pelos produtos da natureza de sua atividade, mas pela “performance” dos seus “funcionários”. Elementos das biografias dos jornalistas – dotes, estilos, virtudes, perfis – ao lado dos registros que destacam o percurso que cada um faz, se constituem no foco da matéria principal da edição e são estes elementos que transformam a revista num especial de “galeria dos jornalistas.

Grosso modo, em que consiste a estratégia deste contrato? A *Imprensa* traz, na forma de entrevista e em secção do mesmo nome (*Entrevista*), falas de personagens do mundo jornalístico, enquanto matéria principal de cada edição mensal ao longo de, pelo menos, duas últimas décadas. Os escolhidos não são necessariamente os que estão no “chão da fábrica”, mas na “vitrine” do processo e/ou da oferta produtiva. As imagens dos entrevistados são associadas às chamadas nas quais se destacam operações que reportam à consagração destes, enquanto “personagens” e, por consequência, a própria consagração do campo.

¹ *Dentre elas destacamos, “Media e Jornalismo” – Centro de Investigaçã Media e Jornalismo: Lisboa.*

Nos últimos dois anos, poucos episódios sobre a prática jornalística, como o seqüestro do jornalista Guilherme Porta Nova e o litígio entre a “Folha Universal” e “Folha de São Paulo” conseguiram figurar como exceções nas capas das edições desta publicação. Ao contrário, a revista, ocupando-se das mesmas estratégias enunciativas de revistas temáticas e especializadas (televisão, moda, etc), transformou seus entrevistados em espécies de “celebridades”, focando-os como o centro da edição. A ênfase desta não se volta para a reflexão de fatos que envolvem o campo, seus processos, produtos, atividades e estratégias de trabalho dos seus atores. O centro de suas angulações é a própria vida dos jornalistas, mas dita segundo operações discursivas que procuram explicitar, de modo direto, ou não - o ato de “consagração do campo e mecanismos nos quais se celebra os jornalistas”.

Nesta reflexão, não analisamos a entrevista como um todo, especialmente sua estrutura interativa, (o texto que envolve pergunta e resposta, enquanto operação organizada pelo processo de edição). Nos fixamos na apresentação da entrevista, enquanto outra “fala intermediária”. Ou seja, o texto preparado pelos redatores (entrevistadores) e no qual é feita uma espécie de apresentação da entrevista propriamente dita. A secção é identificada com o mesmo nome da operação jornalística – *Entrevista* – distinguindo seu status das demais secções. Ao lado deste operador, há um título qualificando a matéria, os créditos atribuídos aos entrevistadores, o texto de abertura, e, em alguns casos, uma pequena foto-legenda do entrevistado, funcionando como um elemento “decorador”² da matéria.

Por que a ênfase sobre o texto de abertura da matéria? Além do mesmo ter o status de apresentar a matéria, com ênfase sobre o perfil do entrevistado, revela também a própria intenção do dispositivo enunciativo, enfatizando as angulações sobre as quais pede a atenção do leitor. Os títulos destas matérias seriam suficientes para evidenciar esta hipótese.

Há um outro aspecto que justifica a escolha desta operação textual, no material objeto de nossa descrição. Veremos que este texto operador não traz fatos envolvendo registro sobre as reflexões dos jornalistas. Estes estão possivelmente, situados no corpo da estrutura da própria entrevista, na forma de pergunta/resposta. Aqui são condensações e, nestas, a ênfase se volta para construir um ponto de vista que visa a realizar as estratégias promocionais do contrato. É através dela que a revista desenvolve uma de suas operações de celebração do jornalismo e de consagração dos seus atores, conforme examinaremos nos próprios textos.

(a) A feminização do jornalismo

O modo de celebrar o jornalista passa por operações textuais muito particulares. Segundo o exame de fragmentos dos textos abaixo, que aparecem em indicação numeral. Os textos chamam atenção para um “modo feminino” de construir as práticas jornalísticas, enquanto atributos do gênero que asseguram o êxito de mulheres (apresentadores, colunistas, repórteres, etc) no exercício do ofício: (1) “apresentação informal” e o fato da qualidade dos textos opinativos que mulheres escrevem estar atravessadas por “uma lucidez feminina”; (2) a lembrança de

² Sobre o status do texto-legenda poderíamos dizer rapidamente, que seus efeitos ultrapassam os limites da decoração. Nele operam outros sentidos que visam a enfatizar outras intenções do próprio dispositivo de enunciação, por exemplo.

que a qualidade de opinar destes, sobre o ofício de jornalismo, está associada ao mérito de certas circunstâncias relacionadas com (3) experiência de quem já cobriu governos (...); a relação que se faz entre a condição da jornalista ser “filha única e os efeitos que esta condição tem sobre sua capacidade vocacionada para opinar”; (4) para o destaque sobre aspectos da vida privada, como (5) os hábitos de “surfar” nas horas livres. São dimensões privadas, ou não, a servirem como elementos didáticos para explicar a vida exitosa destas mulheres no âmbito profissional.

1. Como apresentadora, Ana Paula Padrão ostenta pelo menos dois feitos: formatou a linguagem do noticiário noturno da emissora com uma redação e apresentação mais informal e, por isso mesmo aumentou a audiência. (Razão e Sensibilidade, *Imprensa*, Setembro, 2002).

2. Eliana Catanhede já é uma marca do jornalismo brasileiro. Por duas razões: **a primeira delas, porque foi uma das mulheres pioneiras** a alcançar cargos de chefia em jornais. O segundo **motivo é que deixa transparecer** uma certa lucidez feminina nos seus textos opinativos, agora ocupando a página dois da Folha de São Paulo. (Uma Foca Veterana, *Imprensa*, Março, 2007).

3. **Do alto da experiência de quem cobriu – como repórter ou colunista** – os governos Figueiredo, Tancredo, Sarney, Collor, Itamar, Fernando Henrique e Lula, Tereza Cruvinel assiste acomodada ao fulminante desenrolar da crise política que tomou conta dos noticiários. (...) (Uma Solista na crise, *Imprensa*, Outubro, 2005).

Dimensões diversas das biografias são evocadas e nelas se apóiam a competência e a autoridade destes “novos intérpretes” e as relações que têm com o lugar que ocupam nas tarefas do campo jornalístico

4. **Naturalmente vocacionada** a opinar sobre os mais diversos assuntos – principalmente por **ser filha única**. Irremediavelmente inclinada à ironia e sem qualquer constrangimento em expressar suas posições. Indisciplinada confessa: Dora Kramer. (...Sua Opinião. *Imprensa*, Julho, 2002).

5. Quem a vê entre um índice e outro da bolsa Dow Jones, e uma notícia internacional, sequer imagina que Salette Ramos nas horas vagas **dedica-se ao surf**. (*Imprensa*, Julho, 2006).

(b) Estilos de militância: porta voz, cívica e empresarial

Dimensões diversas de suas biografias são evocadas e nelas se apóiam a competência e a autoridade destes “novos intérpretes” e as relações que têm com o lugar que ocupam nas tarefas do campo jornalístico. Suas antigas inserções – militância cinematográfica e nos partidos políticos, e no âmbito empresarial – são fatores que explicam suas novas missões, enquanto “porta-voz dos despossuídos” (1), “militante a favor da informação pública” (2), e o “cérebro da organização empresarial jornalística” (3).

1. “Trouxe consigo o mesmo ímpeto criativo e inflamado dos tempos cinematográficos, imprimindo um novo vigor na imprensa brasileira, com um estilo vibrante, ativo e transgressor, pincelado com toques do New Journalism, herdados de Truman Capote Gay Talese. (...) Arnaldo Jabor chegou aos 63 anos na crista da onda, uma espécie de oráculo da classe média e porta-voz dos despossuídos do Brasil”. (A Arte do Polemista, *Imprensa*, Setembro, 2004).

2. “O jornalista Fernando Rodrigues, da Folha (...) **é um militante**. Não daqueles que usam boton na lapela, participam de carreatas ou carregam nas tintas ideológicas, embora tenha sido trotskista, e defendido a 4ª Internacional na “adolescência”. **A militância, quase obsessão de Rodrigues**, gira em torno de uma bandeira nobre para o jornalismo: **o direito de acesso à informação pública**”, (*Imprensa*, Outubro, 2006).

3. “A frente desta luta desde 1998 {Luis Frias} exhibe o mesmo pique com que percorre de proa a proa as instalações do centro gráfico. (...) Seu pique, é aliás uma das características mais citadas por pessoas que trabalham com ele e que o **identificam como o cérebro da Folha no plano empresarial pelo crescimento** do grupos nos últimos anos e por seu avanço em novas áreas de comunicação (...). (Luis Frias, *Imprensa*, Maio, 2006).

(c) Trajetórias e consagração

O engendramento do status de celebridade passa por construções “pinçadas” pelo texto de apresentação. São lembrados os vínculos do entrevistado à galeria de “obras dos gênios da imprensa” (1). Detalha-se como os jornalistas são “premiados”, recebem privilégios (...) para que possam “falar toda semana para mais de um milhão de pessoas”. (2) Enfatiza-se que a história dos jornalistas não nasce de um “só toque de mágica”, mas está associada às trajetórias familiares. (3) Raros são textos que chamam atenção para como trabalham. Mas em uma delas, uma entrevista com ex-ombudsman – atribui sua qualificação às suas rotinas e sobre as quais o texto qualifica o ator. Ou seja, é devido ao seu

Detalha-se como os jornalistas são premiados, mas raros são os textos que chamam atenção para como eles trabalham

modo de trabalhar que ele – o ombudsman – não pode saber de tudo, **mas tudo ver** (...) (4). O texto de apresentação também extrapola: faz ele mesmo a “reconstrução histórica” interpretando os passos profissionais de um entrevistado, que o autoriza a dizer, na forma de elogio, que por ele ser um visionário (...) chegou mesmo a dar um passo além de sua geração (5).

1. “Como todos os **gênios da Imprensa**, Dines já nasceu pronto. Com 26 anos mandava e desmandava na Manchete. (...) Por dois anos, escreveu a melhor coluna de todos os tempos: *Jornal dos jornais*. Sempre imitada, nunca igualada”. (Alberto Dines, *Imprensa*, novembro, 1991).

2. “Roberto Pompeu de Toledo escreve semanalmente **para cerca de 1.226.069** pessoas sempre no espaço mais nobre da revista, a última página batizada de “Ensaio”. **Assim como a maioria dos colunistas**, Pompeu trabalha em casa, mais precisamente no escritório do seu amplo apartamento onde vive cercado de livros. Nem sempre foi assim. Três vezes na *Veja* antes de conseguir sua “carta de alforria (...)”, (Um ensaio para 1.226.069 pessoas, *Imprensa*, outubro, 2007).

3. A relação de William Waack com o jornalismo começou muito cedo, **na adolescência, quando acompanhava o padrasto, o jornalista Oliveiros Ferreira**, aos fechamentos do *Estadão*”, (O fino da pauta, *Imprensa*, abril, 2007).

4. “**Não é exagero dizer** que Caio Tulio Costa **é um visionário**. Uma passada de olhos pelo currículo deste mineiro de 52 anos é o suficiente para perceber que ele sempre esteve um passo à frente de sua geração”. (...) a inter-

net. Ainda era um espectro que rondava o mundo, quando ele teve acesso ao embrião desta revolucionária ferramenta. (...) Foi ainda o fundador do portal mais acessado da internet brasileira, o UOL (...) Em 1998 (...) assumiu um cargo inédito na história do jornal: ombudsman”. (Um passo à frente, *Imprensa*, novembro, 2006).

5. “Tal qual o Grande Irmão de 1984(...), Marcelo Beraba é uma espécie de *Big Brother* da *Folha de São Paulo*. Se não é quem tudo sabe, ao menos é ele quem tudo vê. Ou pelo menos tenta, lendo cuidadosamente e todos os dias não só a *Folha*, mas todos os jornais de relevância do País”. (*Big Brother* em Letra de Forma, *Imprensa*, maio, 2006).

Breve nota em conclusão

As reflexões desenvolvidas chamam atenção para o fato de como o campo midiático jornalístico desenvolve sua condição de “realidade da construção” segundo dinâmicas, mecanismos e procedimentos, que visam a estruturar os fundamentos de sua existência, os parâmetros de seu funcionamento, os seus ideários identitários e as novas condições de sua autonomia.

Aspectos do caso estudado chamam atenção para as transformações da autonomia do campo. Postula-se que esta não se realiza mais pelos processos de apagamento das marcas de seu funcionamento enunciativo, mas por um conjunto de outras operações enunciativas que destacam novas formas de evidenciar o campo.

Tais hipóteses se manifestam de um modo muito específico no âmbito do “contrato” da revista *Imprensa*, e que são destacadas nestes comentários finais. Em primeiro lugar, a “realidade da constru-

A revista *Imprensa* destaca-se por dispositivos que organizam uma nova modalidade de estratégia de contato com seu leitorado

ção” é não só complexa, mas se desdobra em várias operações que se fragmentam através de várias estratégias. *Imprensa* é um produto de uma atividade desta realidade, mas, ao mesmo tempo, um dispositivo operador da organização dele, na medida em que sua enunciação fala das próprias dinâmicas, e de sua vida interna. Os fatos por ela engendrados e referidos não são construções acerca dos seus contatos com outros campos, mas relatos que envolvem suas práticas e a dos seus atores. As próprias “rotinas” do campo, e dos seus atores, são transformadas em acontecimento.

Tal transformação de rotinas em acontecimento significa um sintoma através do qual este campo realiza uma mutação nos seus modos de conceber a sua autonomia, pondo em evidência as marcas da sua constituição e de suas dinâmicas à disposição do leitorado. Estas novas possibilidades de aproximação do campo do jornalismo com seu leitorado fazem parte da evolução das suas formas de contato a partir da emergência de novos “contratos de leitura”, pelos quais o campo da mídia procura colocar em termos cada vez mais a nu suas realidades próprias, bem como os procedimentos que faz, voltados para captação do real.

A revista *Imprensa* destaca-se por seus dispositivos que organizam esta nova modalidade de estratégia de contato. Principalmente, pelas manifestações de vários outros dispositivos midiáticos onde chama atenção para seu próprio mundo interior, enquanto suas “intimidades”. Esta circunstância faz com que o ambiente interior às suas próprias fronteiras seja dissecado. Põe em cena todos os elementos que constituem seu “regime de construção”, fa-

lando de sua materialidade, das suas práticas, das dimensões subjetivas dos seus atores, a partir de materialidades discursivas.

A estratégia de *Imprensa* evoca uma questão formulada na obra de Giddens, ao falar da natureza do campo midiático como uma “porta de acesso” aos sistemas abstratos. Especialmente, quando refere-se ao papel dos seus peritos – os jornalistas – como mediadores para produzir referência sobre tais sistemas. O que a análise destes materiais sugere afirmar é que nesta sociedade onde os indivíduos se contatam segundo estes regimes de rede e de suas operações enunciativas, os jornalistas são nomeados protagonistas de um peculiar “trabalho de contato” de produção de sentidos, e que já não devem ser mantidos à distância. Sua intimidade deve ser exposta ao regime de visibilidade criado pela midiatização. Nesta sociedade, onde os indivíduos se autonomizam em protagonistas, as imagens dos jornalistas e aquelas do seu trabalho já não devem ficar retidas apenas aos manuais que produzem sobre eles relatos impessoais e normativos. Outrora, atores “abjetos”, como efeito do seu próprio trabalho e que não permitia que suas marcas transgredissem o ideário da enunciação de objetividade. Hoje, são convertidos em personagens, em carne e osso, enquanto integrantes da “galeria das celebridades” e segundo efeito da própria narrativa auto-referencial. A ênfase não é só destacar a validade do seu trabalho para a produção. Mas, segundo o texto de apresentação, para própria face dos atores.

Nestas condições, a celebração do jornalismo passa pelos temas que visam

Os jornalistas já não permanecem apenas como operadores de significados, mas viram objetos das matérias, servindo como protótipos de como chegar lá... na galeria

a consagrar suas operações, principalmente quando vivenciadas e relatadas pelo “modo de ser” dos seus atores. São iniciativas auto-referenciais que procuram expandir as novas possibilidades (para não dizer, as próprias fronteiras) de legitimidade da autonomia, via novos processos de produção de sentido. Tal expansão materializa-se, por exemplo, quando os manuais de redação deixam de ser operadores de rotinas internas, para se constituir em signos que visam a produzir efeitos simbólicos, ao serem deslocados para ser agregados às práticas de outras instituições (como as escolares).

Mas, outras estratégias do mundo das práticas jornalísticas permitem que outras “falas intermediárias” (situadas no próprio âmbito de operações jornalísticas) sobre os entrevistados se convertam em “paradigmas” que alicerçam um certo modelo de jornalismo. Trata-se de uma fala que auto-referência, expõe e fundamenta o próprio modelo sobre o qual se funda o ethos do jornalismo, enquanto referência para indicar a identidade dos seus processos e dos seus atores. Nossos intérpretes já não permanecem apenas como operadores de significados, assujeitados às gramáticas e aos valores de suas rotinas, e autorizados por seus sistemas produtivos. Viram “objeto” das matérias, pois são co-referidos por “regras privadas” das estratégias discursivas sobre as quais se estrutura a fala dos seus apresentadores, e servindo como protótipos de como chegar lá... na galeria. O escancamento de fragmentos das biografias dos atores por esta estratégia, deve-se constituir em um dos ingredientes da publicização do “regime discursivo e simbólico” do campo

jornalismo e das possibilidades de sua consagração.

Tais regras e estratégias oferecem os fundamentos sobre os quais repousa uma nova forma de conceber e instituir a autonomia do campo. Mas a ênfase desta estratégia discursiva da secção em análise, de *Imprensa*, reside no fato de transferir para os jornalistas, enquanto atores, as possibilidades de que os mesmos venham ser – eles mesmos – um dos (principais) operadores simbólicos do ciclo de consagração de um campo (Bourdieu, 2002). Através deles, e pelo fato de serem destacados como personagens singulares de um sistema produtivo, é que se consagra a importância de uma prática social, e dos seus modelos de reflexividade.

Sobre o autor

Antônio Fausto Neto, Pós-Doutor pela UFRJ, Professor titular no PPG Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

email: fausto@unisinos.br

Referências

BARTHES, Roland. *Cómo vivir juntos: simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. *Legisladores e Intérpretes*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença*. São Paulo: Zouk, 2002.

COHN, Gabriel. *Crítica e Resignação*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CULIOLI, Antoine. *Pour une linguistique de*

l'énonciation – opérations et représentations. Paris: Ophrys, 1990.

FAUSTO NETO, Antônio. Mutações nos discursos jornalísticos: da 'construção da realidade' à 'realidade da construção'. In: FELIPPI, Ângela (Org.). *Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. O jornalismo e os limites da representação: In *Caleidoscópio – Revista de Comunicação e Cultura. Territórios do Jornalismo*. N.5/6, Ano 2004/05. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo; RUBIM, Antônio Albino (orgs). *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker Editores, 2003.

FLAHAUT, François. *A fala intermediária*. Lisboa: Via Editora, 1979

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

IMBERT, Gerard. El transformismo televisivo o la crisis de lo real (de lo informe a lo deforme): In VERA, Pablo Espinosa (Org.). *Semiótica de los mass-media – império del discurso de la comunicación global*. México: Oceano, 2005.

LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Rubi/México: Anthropos Editorial/ Universidad Iberoamericana, 2000.

MESQUITA, Mário. *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva, 2004.

MORIN, Edgar (Org.). *L'événement. Communications 18*. Paris: Seuil, 1972.

NÖTH, Winfried. La autorreferencia em los medios: In VERA, Pablo Espinosa (Org.). *Semiótica de los mass-media: império del discurso de la comunicación global*. México: Oceano, 2005.

REBELO, José. *O discurso do jornal – o como e o porquê*. Lisboa: Notícias, 2000. Lisboa, 1999. www.bocc.ubi.pt

RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade e campo dos media. Universidade Nova de Lisboa, 1999. www.bocc.ubi.pt

SEARLE, John R. *Intencionalidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

VALDETARO, Sandra. Las estrategias discursivas del contato en la prensa escrita. In: Trama de la comunicación. Anuario del Departament de Ciències de la Comunicació, v. 9, Rosário, Universidad Nacional de Rosário, 2004.

VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

Recebido em 3 de março de 2008

Aprovado em 28 de abril de 2008