

Teorias da Notícia: impasses para a Teoria do Jornalismo

Gislene Silva¹
Felipe Simão Pontes²

No estudo da Teoria do Jornalismo, deparamo-nos com dois tipos de argumentação teórica: a que afirma a inexistência de um interesse jornalístico epistemologicamente legítimo e de uma particularidade do objeto que já não seja compreendida por outras disciplinas, principalmente pela Sociologia, pela Política e, com grande ênfase, recentemente, pelos Estudos Literários e da Linguagem; e a que aponta o Jornalismo como uma ciência totalmente autônoma, que não necessita de outros campos para a compreensão de suas práticas e que, por isso, define a atuação profissional e os processos, técnicas e produtos da empresa jornalística como *locus* único da teoria, a qual brotaria da prática. Diante desse panorama, objetiva-se, neste trabalho, criticar algumas dessas abordagens e os impasses por elas provocados, na tentativa de problematizar a Teoria do Jornalismo e seu objeto de estudo com atenção especial para as limitações das pesquisas que enclausuram uma possível Teoria do Jornalismo nas Teorias da Notícia, circunscritas às técnicas, processos e produtos da rotina profissional.

Palavras-chave: Teoria do Jornalismo, Teoria da Notícia, epistemologia, campo.

Theories of News: Deadlock over the Theory of Journalism. In the study of the Theory of Journalism we come across two types of theoretical arguments. Firstly one claims the non-existence of a legitimate, epistemological journalistic interest and of a particular object that is not understood in other disciplines, especially when concerning Sociology, Politics and, with greater emphasis recently, Literary and Language studies. The other argument names journalism as a completely autonomous science without the need of other fields to understand its practice, and, therefore, defines the professional performances and the techniques, processes and products of the newspaper publishers as the only locus of the theory. The goal of this work is to criticize some of these approaches and deadlocks which are provoked, with the intention to discuss the Theory of Journalism and its object of study. Special attention must be paid to the limitations of research that shut out a possible Theory of Journalism within the Theories of News, which surround the techniques, processes and products of a professional routine.

Key words: Theory of Journalism, Theory of News, epistemology, field.

En el estudio de la Teoría del Periodismo, uno se enfrenta a dos tipos de argumentación teórica: la que afirma a inexistencia de un interés periodístico epistemologicamente legítimo y de una particularidad del objeto que no es entendida por otras disciplinas, principalmente por la Sociología, por la Política y, con gran énfasis, recientemente, por los Estudios Literarios y del Lenguaje; y la que señala el Periodismo como una ciencia totalmente autónoma, que no necesita de otros campos para la comprensión de sus prácticas y que, por ello, define la actuación profesional y los procesos, técnicas y productos de la empresa periodística como locus único de la teoría, que brotaría de la práctica. Frente a este panorama, se intenta, en este trabajo, criticar algunos de estos enfoques y las dificultades por ellos provocados, con el intento de problematizar la Teoría del Periodismo y su objeto de estudio, con atención especial para las limitaciones de las investigaciones que limitan una posible Teoría del Periodismo a las Teorías de la Noticia, circunscritas a las técnicas, procesos y productos de la rutina profesional.

Mots-clé: Teoría del Periodismo, Teoría de la Noticia, epistemología, campo.

¹ Professora-doutora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Campus Universitário, Trindade, 88040-900, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: gislenedasilva@gmail.com.

² Jornalista e mestrando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Campus Universitário, Trindade, 88040-900, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: felipe271184@yahoo.com.br.

Ao se estudar Teoria do Jornalismo, dois tipos de abordagem predominam: a que afirma que não há no jornalismo uma particularidade epistemológica ou um objeto de estudo definido que já não seja compreendido por outras disciplinas, como a Sociologia, Política e os estudos de Linguagem; e a que aponta o Jornalismo como uma ciência autônoma tomando por referência exclusiva da teoria a atuação técnica profissional e os processos e produtos das empresas jornalísticas. O estudo conceitual e teórico a respeito do Jornalismo se conduz, portanto, sobre uma faixa estreita, com reiteradas justificativas para fugir tanto do excesso de niilismo, que não permite sequer a preocupação com a formulação de conceitos relacionados com a dinâmica do Jornalismo – devido a uma descrença *a priori* quanto a uma Teoria do Jornalismo –, como do risco de se cair na imobilidade de leis rígidas, inadequadas a fenômenos da cultura, como é o caso do Jornalismo. Desse modo, objetiva-se, neste trabalho, criticar algumas das abordagens sob essas perspectivas e os impasses por elas provocados, na tentativa de problematizar a Teoria do Jornalismo e seu objeto de estudo.

Ao fundamentar inicialmente sua teoria para uma *ciência jornalística*, Groth (2007 [1961])³ diz que as novas disciplinas científicas nascem, em regra, das necessidades, da aflição da vida, e que seu devir é essencialmente influenciado pelo que as investigações prometem para a prática. Essa preocupação tem levado pesquisadores, interessados no Jornalismo, a buscar várias estratégias para driblar a insegurança e a incipiência do terreno epistemológico, que sustentaria uma disciplina autônoma desse campo. A estratégia mais comum e, logo, hegemônica nesse processo, é a que localiza o objeto de estudo do Jornalismo exclusivamente na investigação de seu produto material, no caso, o jornal, a revista, o telejornal, o radiojornal e os sítios de notícias. A manifestação empírica do objeto é tomada pelo próprio objeto, enclausurando uma possível Teoria do Jornalismo nas Teorias da Notícia, identificadas como teorias circunscritas às técnicas, processos e produtos da rotina profissional do jornalista.

A preocupação excessiva com o produto e com seu modo de produção faz com que a pesquisa não se

atente em pensar o jornalismo teoricamente, recorrendo a conceitos de outros campos como os da Sociologia, da Antropologia, da Psicologia, da Linguística, da História e da Política para dar conta dos dados empíricos. Com isso, na maioria das vezes, a pesquisa resulta em uma confusão teórica, visto que ela parte de um referencial dedutivo sustentado pelas teorias de outras áreas e afirma que faz Teoria do Jornalismo por causa da observação empírica. Em outras palavras, o Jornalismo é tomado apenas como objeto de trabalho e não como objeto de estudo. Sem dúvida, essas pesquisas são importantes e necessárias para o Jornalismo, mas contribuem pouco para a constituição da Teoria do Jornalismo, ou, se preferirmos, não definem o campo do Jornalismo.

Em outros casos, argumenta-se que a expressão empírica tem assentada em si a Teoria do Jornalismo, visto que é dos dados empíricos que nascem as regras que se tornarão típicas e, naturalmente, teóricas. Essa argumentação converte-se na impossibilidade de generalização e do conhecimento típico, como apontava o ceticismo de Hume e a crítica posterior realizada por Kant (Silveira, 2002, p. 5-7). Indicadores desse modo de pensamento podem ser percebidos nos cursos de graduação e nas diversas pesquisas na área, pois muito comumente as tecnologias e as mudanças da prática direcionam os currículos e os objetos de pesquisa. O conhecimento da área corre atrás das transformações tecnológicas, considerando-as como a própria evolução da teoria e de seu objeto de estudo.

Os pesquisadores da Comunicação que criticam o Jornalismo, exclusivamente como uma prática profissional, detectam que essa ligação do campo teórico com práticas específicas, tais como publicidade, relações públicas e jornalismo, não permite que a Comunicação se estabeleça como campo teórico legitimado. Essa limitação vem – dentre outras tantas razões – da criação de cursos universitários baseados no modelo norte-americano, “com características marcadamente técnicas no contexto de uma universidade voltada para a profissionalização” (Lima, 2001, p. 34). Como atesta o autor, a profunda identificação entre o ensino de graduação em Comunicação e as práticas profissionais de jornalista, primeiro, e de publicitário

³ Para a realização deste trabalho, tomamos por base a tradução realizada por Luís Marcos Sander e Geraldo Korndörfer de parte do primeiro volume da obra de Groth “Die unerkannte Kulturmacht: Grundlegung der Zeitungswissenschaft (Periodik)”. Essa obra possui seis volumes, em um total de 3501 páginas, além de um sétimo volume póstumo editado e publicado pelo filho de Otto Groth, a partir dos registros deixados pelo pesquisador. Além dessa obra, Groth possui mais 16 trabalhos publicados, todos em alemão e a grande maioria sobre o Jornalismo (Belau, 1966). A parte do texto traduzida para o português chama-se *Tarefas da Pesquisa da Ciência da Cultura*, presente no livro *A Era Glacial do Jornalismo*, organizado por Berger e Marocco (2007, p. 182-306).

e relações públicas, posteriormente, é, sem dúvida, “mais um fator que contribui para a existência de um universo teórico desarticulado e conflituoso no campo dos estudos das comunicações” (Lima, 2001, p. 36).

Contudo, parte-se aqui da premissa de que é possível pensar teoricamente o jornalismo para além do objeto empírico e da prática profissional. Berger (2002) considera que, ao ingressar na universidade pela proposição da prática profissional, o Jornalismo deixa de ali entrar como um problema de pesquisa teórica, uma vez que, como tal, ele se desenvolve junto às Ciências Sociais, e é por meio delas que ele diz: “carece de me explicar pelo que sou” (Berger, 2002, p. 142). E quando a Comunicação passa a desenvolver sua pesquisa acadêmica, o processo se dá afastado das profissões, mas com resultantes parecidas. Os programas de pós-graduação foram criados com orientação teórica desvinculada das áreas de habilitação profissional, decorrendo daí o que Lima (2001) identifica como fragmentação dos esforços de pesquisa refletida na grande diversidade das áreas de concentração dos programas, com linhas alimentadas por teorias e conceitos de outros campos. A pesquisa teórica em Jornalismo é assim duplamente esquecida, visto que, ao ser considerado apenas uma prática profissional, o Jornalismo fica preso ao estudo exclusivo dessa prática ou à total negação da existência da teoria.

Esse debate se insere numa discussão mais ampla sobre as duas dimensões do campo acadêmico: o *campo político-institucional* e o *campo epistemológico*. Na Comunicação, haveria um descompasso entre a consolidação progressiva do campo institucional e a fragilidade ou a falta de autonomia do campo epistemológico. Ou então, em análise discordante, haveria um paradoxo aparente, com concomitância entre a *institucionalização da especificidade do campo acadêmico* da Comunicação e a *afirmação de um estatuto teórico transdisciplinar* – que justifica, inclusive, trabalhar a pós-graduação com fundamentos mais complexos, sem as amarras profissionalizantes (Martino, 2008; Lopes, 2003; Barros, 2008).

Tais processos parecem se repetir com o Jornalismo, numa década em que o *campo institucional* ganha força com a criação de linhas de pesquisa próprias, programa de mestrado específico, núcleos de pesquisa mais consolidados e sociedade de pesquisadores separada da dos demais investigadores da Comunicação. O *campo epistemológico* do Jornalismo, porém, como inserido no da Comunicação, lida igualmente com sustentações múltiplas, uma vez que é dependente da variedade de aportes teóricos de outras disciplinas, ancorando-se do mesmo modo na tradição das

teorias da sociedade. Isso se deve a diferentes reconhecimentos do que é o fenômeno jornalístico.

Uma técnica de amplificação informativa, historicamente determinada; um processo produtivo, industrial, mercadológico, cujo resultado final produz sentidos. Um discurso, com função referencial (dá conta dos acontecimentos) e fática (de contato com o público); um discurso normativo, unilateral (as interações propostas são simulacros), ininterrupto (sem espaço para silêncios) e homogeneizador da sociedade; um relato da atualidade, um registro da história acontecendo; um discurso que incorpora outros discursos e é realizado tendo em vista um leitor. Uma forma específica de conhecimento. Um poder advindo da condição intrínseca à sua existência – a de mediar interesses políticos e sociais; um poder advindo de relações estruturais com o capital econômico e o poder político. Uma atividade, sujeita às transformações operadas pelo desenvolvimento tecnológico e por novas formas no exercício da profissão. Uma instituição essencial para a afirmação da esfera pública. Muitas destas afirmativas têm como pano de fundo a questão dos vínculos, das interações entre protagonistas do processo (Berger, 2002, p. 146).

Nos estudos de Jornalismo se reproduz, assim, o que se dá no campo da Comunicação, mesmo quando esta trata mais especificamente da mídia. A extensão de significados é grande. Lima (2001, p. 26), retomando Wolf, observa que os meios de comunicação consistem, simultaneamente, em setor industrial, universo simbólico, objeto de consumo, investimento tecnológico, confronto político, intervenção cultural, agregação social, entretenimento e experiência individual cotidiana; e recupera nas palavras de Williams, que o especialista em comunicação se materializa em especialidades distintas: como um *sociólogo* preocupado com instituições e efeitos, um *engenheiro* às voltas com tecnologias e sistemas, um *crítico da cultura* atento aos valores de produtos culturais, um *psicólogo* interessado na interação comunicativa, e, ainda, como um *linguista* ou *filósofo da linguagem* quando se dedica às formas e estruturas dos atos de expressão e comunicação. Tudo isso tem fundamentado a pertinência de se pensar a Comunicação como uma transdisciplina ou uma superdisciplina.

No entanto, como resposta à amplitude de teorias sociais que alimentam as abordagens sobre o fenômeno jornalístico, as investigações nessa área se comportam diferentemente. Uma vez que os pesquisadores do Jornalismo

entendem que seu objeto é facilmente identificável – a notícia e os próprios veículos noticiosos –, eles andam ao largo da inquietação dos epistemólogos da Comunicação, quanto à demarcação do objeto de estudo. Principalmente, quanto às perguntas se o objeto da Comunicação está configurado nos meios de massa, na mídia, nos processos comunicativos não mediados pela tecnologia, na conversa ou interação social, nas mediações culturais etc. (Barros, 2008). Já que o Jornalismo é claramente uma prática midiática, o midiacentrismo não se coloca como problema epistemológico. E, se há, então, o “objeto próprio”, o enfrentamento só se faz necessário na demarcação de sua teoria, a Teoria do Jornalismo – como se fosse possível alcançar a teoria a partir de uma noção reducionista de objeto, partindo exclusivamente das manifestações empíricas, sequer concebidas como tais, como expressões de um objeto de estudo, sempre construído.

Perspectivas externas ao campo

Para enfrentar o perigo da *dispersão epistemológica* advinda das teorias de outras disciplinas, no entendimento de Martino (2008), a Comunicação se explica pela razão transdisciplinar e negligencia o esforço teórico próprio – “seja porque o problema teórico lhes parece um fator menor; seja porque uma formulação teórico-epistemológica lhes parece totalmente improvável ou de uma complexidade não passível de tratamento” (Martino, 2008, p. 25). Com relação ao Jornalismo, para escapar do que se pode chamar de *angústia epistemológica* ou de *déficit teórico*, a pesquisa busca saídas variadas, quase sempre de pouco aprofundamento teórico ou com contribuições teóricas de pouca pertinência para a compreensão do fenômeno jornalístico. Uma das saídas apontadas é a afirmação da inexistência de um interesse jornalístico epistemologicamente legítimo, ou mesmo da particularidade de seu objeto de estudo dispensar o investimento epistemológico, teórico e metodológico, na expectativa de que a transdisciplinaridade dê conta de nossa “debilidade epistemológica”, ou de que as demais disciplinas não se furtem em sua “compaixão pelos que não têm pátria científica” (Groth, 2007, p. 248).

Outro caminho, como também acontece na Comunicação, é recorrer à Sociologia da Ciência ou, mais claramente, à institucionalização do campo. “Optando

por uma abordagem propriamente sociológica, deslocam a questão do conhecimento pela do poder e não vêm nada mais que a luta fratricida pela conquista do reconhecimento, do *status* e do poder” (Martino *et al.*, 2007, p. 25). No caso do Jornalismo, continua o autor, saímos do discurso sobre a imprensa, um debate público envolvendo intelectuais e discussões políticas no início do século XIX, para entrar na teoria sobre os meios, no espaço propriamente acadêmico. Nessa esfera mais político-intelectual, o objetivo não é a produção de conhecimento, mas a atuação prática para solucionar problemas urgentes não inseridos nos moldes de uma discussão teórica, reservada a uma área de conhecimento (Martino, 2008, p. 32-33). Essa se molda como uma opção que não leva à fundamentação teórico-epistemológica, à fundamentação almejada, e que “uma sociologia do conhecimento jamais poderá nos dar”, conclui o autor.

Pensando num dever-ser, outro caminho é sustentar a questão no âmbito da deontologia profissional. Os estudos deontológicos se apresentam como uma forma de defesa da especificidade da profissão, consequentemente do campo, fazendo do reforço de compromissos éticos, tais como a verdade, a objetividade e a neutralidade, uma orientação para o comportamento dos profissionais e o reconhecimento da autoridade cultural deles pelo público (Winch, 1997), e, claro, com vontade de reconhecimento pela academia. Historicamente formados como operadores para proferir e simbolizar a prática do Jornalismo, os jornalistas alimentam a retórica que visa defender a particularidade de sua profissão e conferem ao Jornalismo conceitos que se enquadram aos propósitos da reserva de trabalho para a categoria. Se as regras deontológicas são importantes, na medida em que permitem ao público maior fiscalização e maior qualidade na atividade do profissional, não se pode, contudo, fundamentar apenas nelas uma saída epistemológica possível. De modo idealista, tal abordagem coloca sob a forma de uma projeção do dever-ser toda a prática do Jornalismo, reduzindo, por vezes, o exercício cotidiano a uma dissimulação incapaz de atingir a perfeição de um ideal platônico.

Tais saídas, porém, circundam o fenômeno jornalístico, abordando-o de fora, longe do que podemos apreender como o objeto de estudo de uma Teoria do Jornalismo. E isso, mesmo em se tratando das contribuições de outras disciplinas. Ao pretender identificar o que é a *essência* ou a *natureza* do Jornalismo no primeiro volume de sua obra extensa, Groth (2007) tenta demarcar o território da *ciência jornalística*, fazendo justamente o

exercício da negatividade. Embora com argumentos polêmicos, ele demonstra o que o Jornalismo *não é*. Apesar de o autor considerar várias as ciências auxiliares indispensáveis à investigação dos jornais, nega a competência de diversos campos na apreensão do problema-objeto do Jornalismo, visto que os interesses das ciências da sociedade e das demais ciências da cultura resultam em saídas que literalmente saem do campo do Jornalismo. Para Groth (2007), o universo dos jornais não pode ser acomodado na Sociologia, lugar onde se justifica, muitas vezes, pela sua função social na coletividade e por sua ação nas relações interpessoais, nem na Psicologia Social, uma vez que a obra do Jornalismo seria um ‘espírito objetivado’, ao mesmo tempo ‘idealizado’ e ‘materializado’ como produto cultural. Groth (2007) pensa ser equivocado também enquadrar a pesquisa do Jornalismo nas Ciências Literárias, porque, além de a literatura ser uma ‘realização intelectual mais elevada’, não há razão para inserir a imprensa periódica no ‘universo de escritos’ apenas por causa de sua manifestação técnico-textual. Também o direito de imprensa enquanto ciência não seria uma subdisciplina da ciência jornalística, “assim como o direito comercial tampouco faz parte da ciência econômica” (Groth, 2007, p. 215). O autor segue enumerando todas as *ciências auxiliares* que colaboram para ou são até mesmo indispensáveis para a compreensão do Jornalismo, mas que não compreendem sua particularidade como objeto de ciência – nem a Economia, nem a História Política, nem a Estatística, nem mesmo a Filosofia. De acordo com as ideias de Groth (2007), são outros os trajetos e as tarefas necessários para se definir o lugar da ciência jornalística no sistema das ciências. Neste texto traduzido para o português, o autor dá pistas e promete cumprir a tarefa nos volumes seguintes (ainda não traduzidos). Adianta duas ideias centrais que se apresentam como complexas e, a nosso ver, suspeitosamente contraditórias: a de que o Jornalismo seria uma *ciência da cultura* e a de que a *natureza*, a *dinâmica* e as *leis próprias* de seu objeto estariam na *essência comum* que interliga os distintos produtos jornalísticos, nas suas características constantes e persistentes, apesar das variadas configurações em termos de forma e conteúdo, devir e destino, produtores e consumidores, circunstâncias naturais e entornos sociais, correntes intelectuais e aspirações de poder (Groth, 2007, p. 263). A despeito de sofisticada reflexão filosófica e epistemológica, o autor sugere um foco fechado nos produtos. E esse é, na nossa reflexão, um dos principais impasses para se chegar ao lugar científico do Jornalismo.

Perspectivas internas ao campo

Por isso, não menos problemáticas são aquelas investigações que transitam internamente, dentro do que consideram o campo jornalístico. Como afirmado anteriormente, o objeto do Jornalismo é comprovado a partir da sua prática profissional, dos seus processos de produção e dos seus produtos. Estas opções empiristas se voltam para a descrição exaustiva do fenômeno, buscando retirar dessas descrições as regularidades necessárias para a elaboração dos conceitos. Podemos afirmar que o método descritivo encontra muito espaço nas investidas teóricas do Jornalismo. Esse modo de tratar o Jornalismo quer responder à pergunta *por que as notícias são como são* (Sousa, 2002). A pesquisa descritiva tem sido predominante nos estudos de produtos jornalísticos, especificamente das matérias jornalísticas, opção metodológica mais comum do que a investigação sobre as demais instâncias do processo jornalístico, como produção e recepção. Além de pouca tradição de pesquisa em produção e recepção, podemos levantar outras razões para essa escolha: (i) acesso ao objeto de trabalho – é mais viável gravar telejornais e rádiojornais, guardar exemplares de revistas, recortar jornais impressos ou arquivar páginas da *internet* do que conseguir autorização das empresas para pesquisar dentro das redações ou mesmo a disponibilidade dos profissionais para entrevista ou entrevistar leitores; (ii) custos da pesquisa – é mais barato investigar produtos do que processo de produção ou modos de recepção, posto que muitos dos resultados divulgados em congressos ou publicados são fruto de trabalho individual e não de equipes; (iii) tempo de duração da pesquisa, sendo mais viável trabalhar produção ou recepção em dissertações e teses (Silva, 2008).

Geralmente, ao tentar explicar *por que* as notícias são como são muitas pesquisas se contentam em apenas mostrar *como* elas são. Transpondo as observações de Maldonado (2003) sobre o campo da Comunicação para pensar o campo do Jornalismo, concordamos que a separação entre as investigações empíricas descuidadas do teórico e aquelas com ênfase teórica isolada das problematizações empíricas é um dos grandes obstáculos para a produção de conhecimento na área. “O resultado disso é a combinação abundante de *teoricismo* ensaístico misturado com *empirismo* descritivo” (Maldonado, 2003, p. 222). No Jornalismo, esse empirismo descritivo tem mais força que o teoricismo e ganha maior visibilidade em

alguns tipos de investigação. Investigações que podemos localizar no universo das *Teorias da Notícia*. Quase sempre com base em pesquisas descritivas, as teorias da notícia se preocupam com: (a) os *conteúdos* veiculados pela mídia noticiosa, incluída aqui a diversidade dos estudos que prometem fazer análises de discursos; (b) os *formatos, gêneros e linguagens* que identificam características tecnológicas e estilísticas do texto jornalístico; (c) o *processo e as rotinas* de produção; e (d) os estudos dos *efeitos* e das audiências. O problema não está na opção por tais tipos de pesquisa, uma vez que são muito necessárias para se compreender o fenômeno do Jornalismo, dado o fato de partirem de suas particularidades e expressões concretas. Os entraves se dão nos modos como elas são feitas.

São muito frequentes as pesquisas que analisam como a mídia noticiosa cobre determinados assuntos. Os *conteúdos* são os mais variados, desde questões ambientais, escândalos políticos, movimentos sociais, violência, infância etc. Geralmente investigam de modo descritivo como tais conteúdos são divulgados, como as *temáticas* estão presentes nos jornais, com que frequência, com qual abordagem, quem são as fontes, quais destaques nos títulos e imagens, qual o impacto das capas. Essas investigações mergulham tanto nos conteúdos analisados que dificilmente retornam às reflexões sobre o Jornalismo: os *resultados não resultam* para consolidar a Teoria do Jornalismo; mas talvez o façam para outras áreas de conhecimento. Além disso, tais estudos implicam quase sempre o problema de se proporem a fazer análise de discurso – tarefa imprescindível para se pensar teoricamente o Jornalismo –, embora apenas descrevam temáticas, sem atentar para a particularidade do Jornalismo e sem demonstrar esforço em buscar, nesse método, instrumentos que auxiliem em sua compreensão. O objetivo principal de uma imensa gama de trabalhos tem sido mostrar como a imprensa cobriu um tema de modo prejudicial a um determinado ator social. Esse tipo de pesquisa, no entanto, tornou-se tão comum na área que muitos textos tratam os assuntos da mesma forma, com pouco apuro metodológico, mudando apenas a temática abordada pelos veículos jornalísticos, sem grandes contribuições para esse campo do conhecimento. Outras vezes, até o resultado do empreendimento diz menos sobre *jornalismo como discurso* propriamente dito, ou mesmo sobre análise de *conteúdo jornalístico*, ou *acontecimento jornalístico* do que sobre estratégias de coberturas jornalísticas – o que, inclusive, pede por metodologias mais apropriadas de investigação.

Num segundo tipo, o pesquisador se volta para *formatos, gêneros e linguagens*. Considerados como determi-

nantes na forma de produção jornalística e no jogo textual da manifestação dos conteúdos, os formatos e os gêneros, quando trabalhados apenas descritivamente, servem mais para classificar os textos e evidenciar suas determinantes tecnológicas do que, necessariamente, para auxiliar na compreensão do Jornalismo em seu potencial teórico. Nesses trabalhos são pesquisados os formatos em que estão assentados os diferentes textos jornalísticos, a disposição desses textos, a divisão em editoriais, os gêneros, a posição das imagens (no espaço e/ou no tempo), os infográficos, as complementações com som, cor, corte e enquadramento etc. (Mouillaud e Porto, 1997). Quanto aos gêneros, mais especificamente, é preciso destacar aqueles trabalhos que estão mais preocupados em classificar os textos em opinativos e informativos (e os gêneros intrínsecos a cada um deles) do que compreender como e por que tais textos estão nos jornais. Outros estudos encontrados nessa modalidade de pesquisa são aqueles que explicam mais o objeto de uma editoria (economia, política, ciência etc.) do que o modo com que o Jornalismo se relaciona com os outros campos sociais. Temos ainda aqueles trabalhos que tratam da *linguagem* do Jornalismo, da estruturação dos textos informativos, dos recursos narrativos mais utilizados, configurando-se, na maioria dos casos, em análises gramaticais, semânticas ou com base na filosofia da linguagem para descrever como é e deve ser o texto jornalístico. Essas investigações têm por objetivo explicar a estrutura da notícia, a lógica da informação e as diversas interpretações semânticas da retórica (Lage, 2004).

Outro tipo de pesquisa investe na descrição do *processo de produção da notícia*, sendo frequentes os *estudos de rotina* e as investigações sobre *comportamento das redações*. Firmando-se na Sociologia das Profissões como matriz teórica, essas pesquisas estão preocupadas em caracterizar a atividade dos jornalistas, as pressões que os profissionais sofrem nas redações (Breed, 1993 [1955]), as limitações que lhes são impostas, tentando explicar por que as notícias dos grandes veículos se apresentam da maneira como se apresentam, e buscando razões na pressão no tempo, na hierarquia, no jogo de forças entre repórteres e editores, na dependência de *releases*, na influência da publicidade sobre pautas e diagramação (Gans, 1979; Tuchmann, 1983). Destacam-se, ainda, as investigações sobre como as novas tecnologias modificam e interferem na prática do Jornalismo, nas modificações no controle das organizações administrativas, nas políticas editoriais, nas rotinas e nas demais estratégias relacionadas ao processo e às condições de produção. Muitas pesquisas sobre os processos de produção da notícia – principalmente aqueles que

utilizam os estudos da rotina de produção – incorrem no equívoco de somente descrever as atividades que observam na redação e tomar essas notas como os principais dados comprobatórios de suas hipóteses. Os resultados do conjunto de tais abordagens são conclusões óbvias, tais como: o editor interfere na pauta; as matérias caem quando não há publicidade para a página; os jornalistas precisam realizar matérias que não firam a imagem da empresa na qual trabalham etc. Muitas das conclusões não são, portanto, jornalísticas, mas administrativas, da área de gestão de empresas. Por vezes, nem o imperativo ético, que poderia justificar as obrigações e o dever-ser do jornalista, aparece como contraponto para as considerações finais.

E, por fim, há os estudos que querem verificar os *efeitos* causados pelo produto jornalístico ou as particularidades de determinadas *audiências*. A partir de forte vinculação com o campo da Política, esses estudos estão, inicialmente, interessados nos impactos das campanhas eleitorais sobre o eleitorado, mas a temática tratada nas pesquisas sobre os efeitos das campanhas já é bem extensa. Os estudos de audiência vêm com a marcação do debate mercadológico. De qualquer modo, o foco está no caráter persuasivo do Jornalismo, do poder da imagem do quê ou de quem está na imprensa, nos jogos políticos inerentes ao interesse público, nos conflitos e mudanças de comportamentos e valores. Muitas vezes, esse tipo de abordagem centra-se em análises mecânicas, buscando as maneiras de noticiar que mais se enquadram em certo tipo de reação mais comum, fazendo disso uma teleologia para o Jornalismo. Tal modo de encarar a atividade do jornalista e o processo de leitura do receptor resulta, quase sempre, em abordagens instrumentais, de pouco fôlego para a compreensão teórica do fenômeno jornalístico, já que o Jornalismo é concebido mais como meio ou canal para uma ação sobre um receptor inativo.

Nos estudos descritivos, muitas vezes, observam-se combinações desses modos aqui relatados, buscando estabelecer modelos comunicativos, vetores de influência, organogramas administrativos e até fórmulas matemáticas. Esbarram em impasses, mesmo as mais bem intencionadas pesquisas que, fugindo de fórmulas, se arriscam igualmente em teorias totalizantes. São aquelas pesquisas interessadas em *análises globais dos processos jornalísticos* e se dedicam a trabalhar contra a fragmentação do processo e a recuperar o dinamismo perdido nas abordagens viciadas nas clássicas etapas pelas quais, tradicionalmente, são pensados os processos comunicativos (emissão-produção, mensagem-discursos, meios, efeitos-recepção) (Strelow, 2007; Alsina, 2007).

No entanto, independentemente de o ponto de partida ser o de trabalho empírico ou de reflexão teórica, há críticas a serem feitas às investigações que tratam do processo de forma geral, somando as partes. Quando Martín-Barbero (1995) propõe o deslocamento no sentido da recepção, dentro da Teoria da Comunicação, insiste que superemos a ideia condutista de etapa. Não quer dizer, contudo, que o caminho seja apenas conjugar todas as etapas, pesquisando os aspectos de produção, os textos, as imagens, os infográficos e os modos de recepção sobre um fenômeno específico. Da mesma forma, tomar a recepção como perspectiva teórica integradora dos processos de produção, do produto e da audiência não seria a melhor alternativa. A melhor solução é pensar fora da lógica das etapas, para além dos fragmentos recortados do circuito, o circuito da produção → produto em circulação → consumo, conforme nomeia Johnson *et al.* (2000, p. 33).

Apesar da dinamicidade dos estudos aqui referenciados e de suas potenciais colaborações, a Teoria do Jornalismo tem sido colocada, na maioria dos casos, como um exercício secundário. O conceito de Jornalismo é usualmente adaptado para o problema de pesquisa, sem a preocupação com o que significam os deslocamentos assumidos. Por isso, grande parte das respostas sobre o que é Jornalismo é metonímica. Elas enfatizam que o objeto do Jornalismo é o processo de produção da notícia, os critérios de noticiabilidade ou o trabalho rotineiro do jornalista (Gomis, 1991; Sousa, 2002; Traquina, 2004). Por isso, vários autores, (como Sousa, 2004, p. 2), consideram Teoria do Jornalismo e Teoria da Notícia como sinônimos: tomam parte do objeto do Jornalismo como todo o objeto para a constituição da Teoria do Jornalismo.

A concepção de que a notícia é o resultado da soma de ações pessoais, organizacionais, extraorganizacionais, históricas, e sociais é pouco significativa, visto que, se colocado outro bem simbólico no lugar da notícia, a fórmula seria igualmente correta. A peça publicitária também resulta da soma daqueles fatores, assim como a novela e o programa de entretenimento. Por outro lado, mesmo se a notícia for definida como o gênero por excelência do Jornalismo, como sinônimo de novidade, como a aparência mais próxima do real, como uma expressão referencial que reúne verbos conjugados na terceira pessoa e que respondem às seis perguntas do *lead* fundamentado nas categorias aristotélicas, ainda assim, essas definições não abarcam a complexidade do fenômeno do Jornalismo.

Pode-se inferir que uma concepção de notícia está além das possibilidades que uma abordagem descritiva pode lhe dar, e isso sinaliza um problema que gerará

muitas discussões e polêmicas. Talvez o primeiro exercício seja colocar a notícia novamente dentro de uma Teoria do Jornalismo que ainda está para ser consolidada, para, posteriormente, estabelecê-la como uma categoria possível para o entendimento do Jornalismo, assim como Genro Filho (1987) fez com as categorias da *singularidade* e da *particularidade*. A elevação da notícia para o *status* de categoria permite enxergá-la não só nas *hard news*, mas também nas *soft news*; não apenas nas matérias sobre política, mas nas de cultura e arte; não somente no *lead* e *sublead*, mas também nas matérias do jornalismo sensacionalista, gonzo ou popular, no novo jornalismo e no jornalismo literário.

O que se busca instigar, a partir da reflexão e crítica de propostas descritivas e da vontade de definições que tragam fundamentos teóricos para o campo do Jornalismo, é o fato de que uma Teoria do Jornalismo só se torna possível se responder também a questões que excedam às atividades das redações, à produção da notícia ou aos textos jornalísticos; que complexifiquem a *necessidade social de notícia*, ou seja, a necessidade do público em querer se informar. O objeto de uma Teoria do Jornalismo, ou do campo científico do Jornalismo, se assim preferirmos, é a centralidade da notícia como prática social e cultural. E, para pensar melhor esse objeto como produção sociocultural, outros enfrentamentos se farão necessários. Ao ser explicado quase sempre pelo que *não é* (não é sociologia, psicologia social, política etc.; não é publicidade nem propaganda, nem ficção nem entretenimento) ou então pelo reducionismo do apreço exacerbado pela descrição empírica, o Jornalismo continua dizendo “carece de me explicar pelo que sou”.

Referências

- ALSINA, M.R. 2007. La sociosemiótica como método de investigación en periodismo. In: Encontro da SBPJOR, 5, Aracaju, 2007. *Anais...* Sergipe, UFS. [CD-ROM].
- BARROS, L.M. de. 2008. Os meios ou as mediações: qual o objeto de estudo da comunicação?. In: Encontro da Compós, XVII, São Paulo, 2008. *Anais...* São Paulo, UNIP. [CD-ROM].
- BELAU, A.F. 1966. *La ciencia periodística de Otto Groth*. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 137 p.
- BERGER, C. 2002. Jornalismo na Comunicação. In: M.H. WEBER; I. BENTZ (orgs.), *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre, Sulina, p. 137-163.
- BERGER, C.; MAROCCO, B. (orgs.). 2007. *A Era Glacial do Jornalismo: Teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre, Editora Sulina, 310 p.
- BREED, W. 1993 [1955]. Controle Social na Redação: uma análise funcional. In: N. TRAQUINA (org.), *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa, Vega, 360 p.
- GANS, H.J. 1979. *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York, Vintage Books, 393 p.
- GENRO FILHO, A. 1987. *O segredo da pirâmide: por uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Editora Tchê, 230 p.
- GOMIS, L. 1991. *Teoría del periodismo: como se forma el presente*. Barcelona, Paidós, 212 p.
- GROTH, O. 2007 [1961]. Tarefas da pesquisa da ciência da cultura. In: C. BERGER; B. MAROCCO (orgs.), *A Era Glacial do Jornalismo: Teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre, Editora Sulina, p. 182-306.
- JOHNSON, R.; ESCOSTEGUI, A.C.; SCHULMAN, N. 2000. *O que, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte, Autêntica, 236 p.
- LAGE, N. 2004. *A Estrutura da Notícia*. São Paulo, Ática, 64 p.
- LIMA, V.A. 2001. *Mídia: teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 365 p.
- LOPES, M.I.V. de. 2003. Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação. In: M.I.V. de LOPES (org.), *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo, Edições Loyola, p. 277-293.
- MALDONADO, A.E. 2003. Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das ciências da Comunicação. In: M.I.V. de LOPES (org.), *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo, Edições Loyola, p. 205-225.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1995. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: M. WILTON (org.), *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense, p. 39-68.
- MARTINO, L.C. 2008. Classificação e exame crítico da literatura sobre história da comunicação. In: Encontro da Compós, XVII, São Paulo, 2008. *Anais...* São Paulo, UNIP. [CD-ROM].
- MARTINO, L.C.; BERGER, C.; CRAIG, R.T. 2007. *Teorias da comunicação: muitas ou poucas?* Cotia, Ateliê Editorial, 138 p.
- MOUILLAUD, M.; PORTO, S. (orgs). 1997. *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília, Paralelo 15, 589 p.
- SILVA, G. 2008. Problemática metodológica em jornalismo impresso. In: Congresso da Intercom, XXXI, Natal, 2008. *Anais...* Natal. [CD-ROM].
- SILVEIRA, F.L. 2002. A teoria do conhecimento de Kant: o idealismo transcendental. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 19:28-51.
- SOUSA, J.P. 2002. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó, Argos, 224 p.

SOUSA, J.P. 2004. Construindo uma teoria multifatorial da notícia como uma teoria do jornalismo. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*. Acessado em: 25/11/2009, disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-multifactorial-jornalismo.pdf>.

STRELOW, A. 2007. Análise global de processos jornalísticos. In: Congresso Intercom, XXX, Santos, 2007. 15 p. Acessado em: 25/11/2009, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0733-2.pdf>.

TRAQUINA, N. 2004. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis, EDUFSC, vol. 1, 224 p.

TUCHMANN, G. 1983. *La producción de la noticia*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A., 291 p.

WINCH, S.P. 1997. *Mapping the cultural space of journalism: How journalists distinguish news from entertainment*. Westport/London, Praeger, 327 p.

Submetido em: 19/01/2009

Aceito em: 01/04/2009