

Contribuição da Análise do Discurso para a concepção de linguagem do jornalista

(Contribution of French Discourse Analysis for the journalist's conception of language)

Érika de Moraes¹

¹Universidade Sagrado Coração (USC)

erika.moraes@usc.br

Abstract: Many manuals of Communication science, especially the ones about journalism, present an unsophisticated conception of language. In general, they are concerned with the technical use of language resources and ignore the way language operates. This paper proposes that French Discourse Analysis (AD), according to which language is conceived in its relation to ideology, the unconscious, and is especially connected to interdiscursivity; can not only provide a collaborative dialogue with communication but also contribute to improve its practice.

Keywords: language; discourse analysis; journalism.

Resumo: Muitos manuais de comunicação, especialmente os de jornalismo, apresentam uma concepção pouco sofisticada de linguagem. Em geral, preocupam-se com o uso técnico dos recursos da língua, sem olhar para o seu funcionamento. A proposta deste trabalho é defender que a Análise do Discurso francesa (AD), segundo a qual a linguagem é concebida em sua relação com a ideologia, o inconsciente e, sobretudo, em seu vínculo com a interdiscursividade, pode não só dialogar com a Comunicação, mas também contribuir para com sua prática.

Palavras-chave: linguagem; análise do discurso; jornalismo.

A qualidade em jornalismo passa pela questão da linguagem

Em uma formação universitária em Comunicação, busca-se respaldo para exercer um jornalismo de qualidade. A qualidade da informação jornalística é, antes de tudo, um pressuposto do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, aprovado em agosto de 2007 pela Federação Nacional dos Jornalistas. No parágrafo II do artigo 2º, diz-se que “a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público”. Ou seja, postula-se o compromisso do jornalista com a “veracidade dos fatos” (ainda que a noção de veracidade implique uma discussão filosófica em torno do conceito de “verdade”), bem como o objetivo de informar o que é de “interesse público”. Sabe-se, então, que esses objetivos são mais do que metas a perseguir: trata-se de princípio máximo da ética da profissão, embora nem sempre cumpridos (considerem-se os casos em que há manipulação de fatos e a ética jornalística é ferida). Com base no pressuposto de que o jornalista tem o compromisso com a “veracidade dos fatos”, a técnica de redação jornalística (seja para jornalismo impresso, televisado, radiofônico e, mais recentemente, digital) sempre teve em vista o ideal de uma linguagem “simples, clara, objetiva, direta”.

Partimos dessas considerações para propor uma problematização: o que se chama de uma linguagem “simples, clara, objetiva, direta” nem sempre é bem definido pelos manuais de redação jornalística. Ou, ainda, é definido de forma simplificadora. Ora, o

que é, por exemplo, uma linguagem direta? A estrutura direta da linguagem seria a do tipo “sujeito / verbo / objeto”? Mas que sujeito: passivo ou ativo? Tais questões, ainda que pareçam simples e óbvias, apontam o problema da “escolha” (de ângulos e *modos de dizer*) que permeia a atividade jornalística. Uma manchete de jornal poderia ser do tipo *Homem é vítima de tiros*, especialmente se, pelo valor/notícia¹ do grau e nível hierárquico, o referido homem fosse uma personalidade considerada importante, alguma autoridade como o Presidente da República ou o reitor de uma universidade. A manchete da mesma notícia também poderia ser *Tiros assustam universidade em plena visita de reitor*, se a intenção fosse focalizar não o personagem ilustre da notícia, mas a questão da segurança na instituição, por exemplo. O sujeito (gramatical) de uma oração, portanto, nem sempre corresponde a “quem executou uma ação”.

Essa discussão, por si só, aponta aspectos pertinentes para uma reflexão sobre a relação do jornalismo com a linguagem, mas gostaríamos de ir além, propondo pensar que a linguagem não é o simples instrumento de trabalho do comunicador, mas é ela própria passível de conduzir ao erro, pondo em risco, portanto, a “veracidade jornalística”. Como os manuais de redação lidam com essa discussão, se é que lidam? Até que ponto as orientações técnicas – sobre lide,² pirâmide invertida,³ estrutura mancheteada,⁴ entre outras – resolvem o problema da linguagem jornalística em relação ao compromisso com a veracidade dos fatos? Nossa proposta é aprofundar esse debate, por um lado, problematizando a própria técnica de escrita jornalística e, por outro, propondo uma abordagem mais minuciosa dessa técnica.⁵

Com objetivo de ampliar tal discussão, propomos que uma nova abordagem da redação jornalística possa ser elaborada com a contribuição da Linguística, com ênfase no respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de Linha Francesa (doravante, AD),

¹ Segundo Mauro Wolf (1999), os valores/notícia, relacionados ao *newsmaking* (processo de produção de notícias), “constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (p. 195). Assim,

o rigor dos valores/notícia não é, pois, o de uma classificação abstrata, teoreticamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. (p. 197).

Conforme Wolf, são valores/notícia:

1. Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; 2. Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; 3. Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; 4. Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação; 5. Disponibilidade (acesso às notícias fontes de notícia); 6. Brevidade; 7. Notícia como resultado da ideologia da informação; 8. Atualidade; 9. “Bom” material visual para ilustrar a notícia; 10. Frequência; 11. Antecipação dos interesses do público; 12. Antecipação das ações da concorrência.

² Primeiro parágrafo do texto de jornalismo impresso, que busca responder às questões *Quem? O que? Quando? Onde? Como? Por quê?* de maneira objetiva.

³ Estrutura que favorece a ordenação dos eventos em uma notícia “não por sua sequência temporal, mas pelo interesse ou importância decrescente, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na suposta perspectiva de quem ouve” (LAGE, 1985, p. 21).

⁴ Estrutura de frases curtas usada em jornalismo radiofônico.

⁵ A rigor, a palavra “técnica” traz uma conotação prática, operacional. Por isso, uma de nossas hipóteses é que, talvez, em vez de falar de uma “técnica” de redação jornalística, poderíamos falar em uma metodologia da escrita jornalística, teoricamente respaldada.

como parte integrante da busca por um “jornalismo de boa qualidade”.⁶ A proposta implica que as Teorias da Comunicação, em geral, e o Jornalismo, em particular, privilegiem a busca por um maior conhecimento do funcionamento da linguagem e não somente uma atenção ao uso técnico dos recursos da língua, cujas regras (normativas) são supostamente determinadas pelos manuais de redação das empresas jornalísticas. Embora a preocupação técnica seja legítima, torna-se prejudicial ao se tornar quase exclusiva por parte dessas empresas.

Por hipótese, se a concepção de linguagem a que o jornalista tem acesso for mais abrangente, sua prática também pode se tornar mais próxima do ideal de qualidade, daí a responsabilidade quanto ao ensino sobre linguagem e técnicas de escrita para os futuros profissionais de comunicação. Evidentemente, as dificuldades enfrentadas pelo jornalismo não se resumem apenas a um problema de formação, mas, embora a formação possa não ser suficiente, é capaz de contribuir efetivamente para uma atuação profissional responsável. Discussão relevante, inclusive, num momento em que se debate a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista.

Gomes (2000, p. 9) aponta a importância do lugar de entrecruzamento de jornalismo e linguagem na obra *Jornalismo e Ciências da Linguagem*, ao sinalizar que se deve “tomar o fazer jornalístico implicado na questão da linguagem”. Como bem lembra Freitas (2000, p. 99), “a linguagem é o lugar que permite a troca significada na comunicação, não sendo, por isso mesmo, o instrumento da comunicação, pois vai muito além da mensagem comunicada”.

Fundamentação teórico-metodológica

(Em busca de) Uma visão crítica de jornalismo

Com base nos propósitos expostos acima, toma-se como ponto de partida uma visão crítica do próprio jornalismo, que implica o questionamento e a desmistificação dos supostos ideais de *objetividade*; *neutralidade*; *imparcialidade* da imprensa – ideais comumente difundidos pelos manuais de redação das empresas jornalísticas, os quais definem regras de estilo e de bom jornalismo.

Sabemos que estabelecer regras implica efetuar escolhas, e tais escolhas não são neutras. Segundo Abramo (1991), a existência de um documento que regulamenta a padronização (o Manual de Redação) e a divulgação das normas da empresa jornalística ao público produzem o efeito de “incutir no leitor a impressão de que o jornal é, de fato, confeccionado de acordo com todos aqueles rigores e estipulações jornalísticas” (1991, p. 41), incluindo entre esses “rigores” a busca da objetividade e neutralidade.

Partindo da concepção de *narrativa* de Benjamim (1983), Corrêa (2003) caracteriza a oposição entre *narrativa* e *informação* – esta última, considerada o princípio norteador dos veículos de comunicação:

enquanto a *narrativa* traz em si a marca de quem narra, mergulhando a coisa tratada na vida de quem relata, a fim de extraí-la outra vez dela, a *informação* se relaciona, em vários

⁶ Não se trata de assumir os mesmos conceitos de “qualidade” propostos pelos meios de comunicação (“precisão” da linguagem; cuidado com a diagramação etc.), embora não necessariamente os descarte. Propõe-se a problematização da própria ideia do que seja um “jornalismo de qualidade”.

sentidos, com a economia. A economia de tempo, a economia na quantidade, a economia na complexidade. O trabalho de quem *informa* é o trabalho de quem abrevia. Nesse sentido, quem *informa* se coloca na posição de quem busca o *puro* ‘em si’ da coisa tratada, isto é, coloca-se na posição de quem fala com objetividade. (p. 75, grifos no original).

Essa oposição evidencia ao jornalista o grande risco de “acreditar que o fato existe por si só, e que se dá à descrição já pronto” (CORRÊA, 2003). Para exemplificar, Corrêa levanta um questionamento sobre a cobertura da Guerra do Golfo, ocorrida em 1990: a guerra que vimos pela TV, descrita pela CNN de forma espetaculosa, seria *a mesma* guerra vivida pelas pessoas no Golfo? É inegável que o fato tenha acontecido, mas a sua cobertura jornalística corresponderia à realidade mesma do fato? O mesmo questionamento poderia ser feito a respeito de outro fato noticiado, como o atentado ao World Trade Center em 11 de setembro de 2001 ou a Guerra no Iraque (2003). Corrêa ressalta que não é nova essa “substituição” (fato substituído por sua descrição), bem como a visão do jornal como “uma instituição formadora de opinião”. E, na condição de *formador de opinião*:

seu propósito é legitimar *uma* opinião sobre os fatos, aquela que, na melhor das hipóteses, coincide com sua linha editorial – pois pode coincidir com interesses mais imediatos. Ora, se isso que se chama de opinião pública pode ser forjado por diversos veículos, é de se esperar que caiba a cada um deles construir os *fatos* de uma certa forma. Obviamente, o público (e o alcance) de cada um desses veículos é diferente e essa diferença se deve aos interesses que sustentam uns e outros. Podemos, pois, afirmar que o *fato* tal como o recebemos enquanto *notícia* é uma *construção*. (CORRÊA, 2003, p. 75-76)

Se, para Benjamin (1983), “informar é abreviar”, podemos acrescentar, com Corrêa (2003), que “é também escolher o que vai ser considerado como excesso”. E, como sabemos, toda *escolha* implica um posicionamento – o que elimina a possibilidade de objetividade e neutralidade (plenas).

Ao menos em teoria, o conceito de objetividade jornalística tem sido revisto e atualizado pelas empresas jornalísticas. O *Novo Manual da Redação* da Folha de São Paulo traz as seguintes definições nos verbetes “objetividade” e “exatidão”:

Objetividade – Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções.

Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse [...].

(*Novo Manual da Redação* da Folha de São Paulo, 1998, p. 19)

Exatidão – Qualidade essencial do jornalismo. A credibilidade de um jornal depende da exatidão das informações e da fiel transcrição de declarações. Para escrever reportagens exatas, não menospreze os detalhes. Seja obsessivamente rigoroso. O jornal tem obrigação de publicar apenas informações corretas e completas.

(*Novo Manual da Redação* da Folha de São Paulo, 1998, p. 33)

O caráter ilusório da noção de objetividade foi questionado por Abramo (1991), que criticou os conceitos embutidos nas definições dos verbetes. Embora Abramo tenha

analisado uma edição mais antiga do *Manual*, suas observações permanecem pertinentes. Assim, o autor percebe que:

As concessões que se fazem à ‘subjetividade’, e que contaminam a ‘objetividade’, são aquelas típicas do psiquismo: gostos, hábitos, emoções. [...] O risco que o observador corre é o de não controlar de modo adequado o funcionamento de suas emoções [...]. (ABRAMO, 1991, p. 45)

Abramo ressalta que não só as “emoções do observador” influenciam na retratação de um fato, mas também (e principalmente) o “arcabouço conceitual”, a “superestrutura teórica”, a partir da qual se apreende um dado observacional. O autor contesta também a definição de “notícias” como “puro registro dos fatos” e de “fatos” como algo que o jornalista deve “revelar”, mais do que “relatar a respeito”. Para Abramo, tais definições obscurecem a questão de que não é possível “revelar fatos em si” (1991, p. 45-6). A propósito, o verbete sobre “fatos” aparece modificado no *Novo Manual da Redação da Folha de São Paulo*. Vejamos:

Fatos – São a matéria-prima de qualquer tipo de jornalismo. É mais valioso revelá-los do que relatar declarações a respeito deles. (Definição “antiga”: apud ABRAMO, 1991, p. 45)

Fato – entre um fato e uma declaração prefira o primeiro. Descrever um fato com correção e inteligência exige sensibilidade, informação sobre o assunto e conhecimento do idioma. (Definição do *Novo Manual de Redação da Folha de São Paulo*, 1998, p. 33)

Em outras palavras, a definição atualizada continua a conter a crença de que os “fatos” valem mais do que as “declarações” sobre eles, permanecendo a ideia de que “fatos falem por si”. Evidentemente, saber que objetividade e neutralidade são ideais utópicos, portanto inatingíveis, não isenta o jornalismo (na prática, o jornalista) de trabalhar de maneira consciente com a difusão de acontecimentos por meio da linguagem – longe de ser esta uma mera ferramenta para a divulgação de fatos.

Uma visão crítica de linguagem

Fischer (2000, p. 76) considera que estudar a mídia e, no caso de suas pesquisas, seu estatuto pedagógico significa “tratar o objeto de investigação de modo a constituí-lo justamente nas fronteiras, nos interstícios ou nos ‘entre-lugares’ da cultura”. Isso implica ultrapassar os temas até então frequentes nos estudos sobre a mídia – como a espetacularização da cultura popular ou a imposição ideológica de determinados comportamentos.

Diante disso, acreditamos que o arsenal teórico da AD, segundo o qual a linguagem é concebida em sua materialidade histórica, muna o pesquisador de uma concepção crítica de linguagem que vem ao encontro de uma também crítica concepção de jornalismo. A AD fornece um instrumental teórico adequado para a leitura crítica da redação jornalística, na busca, como propõe Fischer (2000), pelos “entre-lugares” do discurso.

Uma das questões que interessam ao processo de escrita jornalística é a da “recepção”. Uma forma de se pensar a questão da relação entre jornalista e público-alvo pode ser via *formações imaginárias e antecipações*, noções estabelecidas por Pêcheux (1970a [1969]): qual a imagem que o jornalista/produtor do texto faz do público? Que antecipação ele faz sobre a imagem que o público faz do jornalista e de si mesmo? Esses conceitos (e

questionamentos implicados) derrubam a noção de público como “receptor passivo”, bem como a do processo de comunicação como esquema simples de codificação/decodificação, pois esse jogo de imagens entre interlocutores não é prévio e inflexível, mas se constrói processualmente durante a interação. Cabe lembrar que os “ruídos” de comunicação entre emissor e receptor, previstos no esquema de Jakobson (1970 [1960]), não dão conta, entre outros aspectos, das diferenças de posicionamento ideológico que geram incompreensão, mal-entendidos e leituras distintas de um mesmo texto, por mais que esse texto seja escrito com palavras “simples”, como sugerem alguns manuais de redação.

A criticidade da AD em relação à evidência do sentido permite a problematização de conceitos tidos como pilares do jornalismo, tais quais *simplicidade; clareza; objetividade; neutralidade; imparcialidade*. Não se trata de discordar inteiramente da necessidade de algum compromisso (utópico?) com esses ideais. Contudo, pode-se sugerir que, se esses fossem os “ingredientes” infalíveis de uma “receita de bom jornalismo”, a prática da profissão seria aparentemente “fácil” (e não acreditamos que seja) e passível de ser ensinada com uma única orientação (*redija de maneira, simples, clara e objetiva*). A ideia é questionar tais premissas e, a partir da proposta de análise de marcas linguísticas e discursivas, o modo como elas se materializam no texto jornalístico⁷, rompendo com uma visão de linguagem inequívoca e transparente, conforme Pêcheux (1990b [1975], p. 97), que propôs o trabalho com a oposição entre *base linguística* (sistema comum a todos os falantes) e *processos discursivos* (sendo estes diferenciados conforme a influência de processos ideológicos). O autor destaca que o *sistema linguístico* (conjunto de estruturas fonológicas, morfológicas e sintáticas) é dotado de uma “*autonomia relativa* que o submete a leis internas”, as quais constituem o objeto da Linguística. Quanto aos processos discursivos, é “*sobre a base dessas leis internas que se desenvolvem [...]* e não enquanto expressão de um puro pensamento, de uma pura atividade cognitiva etc. que utilizaria ‘acidentalmente’ os sistemas linguísticos” (PÊCHEUX, 1990b [1975], p. 91, grifos no original).

Considerando o discurso como produto de outros discursos, torna-se possível identificar a presença de diferentes vozes no discurso jornalístico e como essas vozes contrastam com a suposta *voz da neutralidade*, simulada na escrita jornalística⁸. A partir da noção de *interdiscursividade*, é possível investigar, num texto, quais discursos são acionados e quais Formações Discursivas (FD) se encontram em relação (PÊCHEUX, 1990b [1975]).

Para melhor compreender a presença das vozes que compõem os enunciados dos textos analisados, propõe-se considerar o conceito de “heterogeneidade(s) enunciativa(s)” como o formula Authier-Revuz (1990 [1982]).⁹ Para a autora, as marcas de heterogeneidade

⁷ Há, por parte dos manuais, uma tentativa de padronização na enunciação jornalística, no sentido de divulgar os fatos supostamente “como eles são”, delegando ao público a tarefa de tirar conclusões. É o que o *Manual de Redação da Folha de São Paulo* traduz na seguinte orientação: “*O réu fumou 45 cigarros em quatro horas de julgamento é melhor que O réu estava visivelmente nervoso*” (Manual FSP, 1998, p. 71). Pode-se perguntar: não são duas formas diferentes de se querer dizer, de certo modo, a mesma coisa? No entanto, tenta-se transmitir a ilusão de que, mesmo selecionando uma atitude a ser divulgada, o jornalismo lida com uma informação objetiva, não influenciada pelo campo da opinião.

⁸ Por escrita jornalística, entende-se o texto de jornalismo impresso, radiofônico e televisado, uma vez que os textos de rádio e televisão não caracterizam uma “linguagem falada/oral”, mas uma “linguagem escrita para parecer falada”.

⁹ Para Authier-Revuz (1990 [1982]), aspas, discurso direto, indireto, indireto-livre, ironia, entre outros recursos, são exemplos de marcas de *heterogeneidade mostrada* no discurso.

mostrada – processos de constituição do sujeito, que inscrevem o outro na sequência do discurso – mostram uma espécie de “negociação” com a heterogeneidade constitutiva. Ressaltamos a importância de se estudar como essa “negociação” entre as heterogeneidades pode resultar o discurso jornalístico. Uma vez que a heterogeneidade mostrada é concretamente representável no discurso, é com ela, naturalmente, que os meios de comunicação trabalham (os manuais, a seu modo, discorrem a respeito de formas de marcação do discurso de outrem), sem, no entanto, considerarem esse conceito e sua contraparte – a heterogeneidade constitutiva do discurso.

Sabendo que os discursos estão vinculados a formações discursivas, pode-se buscar analisar quais discursos são implicados na escrita jornalística dos meios de comunicação social e de que FD(s) provêm esses discursos (inclusive, os discursos sobre a própria linguagem), uma vez que os sujeitos (históricos) dizem o que dizem por ocuparem determinada posição. Considera-se o discurso tal como concebido por Maingueneau (2005[1984], p. 15), a partir de Foucault: “uma dispersão de textos cujo modo de inscrição histórica permite defini-lo como um espaço de regularidades enunciativas”. O discurso não é um sistema de “ideias”, mas um “sistema de regras que define a especificidade de uma enunciação”, continua o autor. Em outras palavras, situar-se historicamente num lugar permite *dizer certas coisas e não dizer outras*, já que as regras determinadas pelos lugares enunciativos impõem restrições ao dizer.

(Alguns) Aspectos problemáticos em manuais de redação jornalística

Por mais bem-intencionados que sejam, em muitos manuais e livros sobre redação jornalística, o que se percebe, muitas vezes, são verdadeiros “palpites” em relação ao tratamento da língua/linguagem, o que denota um entendimento não-científico sobre o tema. Não se trata de desmerecer tais obras, que podem trazer contribuições significativas para a prática da profissão, mas de considerar que elas mesmas poderiam se beneficiar caso se respaldassem em uma concepção mais aprofundada de linguagem. Evidentemente, o benefício seria ainda maior para os estudantes de comunicação, leitores dessas obras, e para a população em geral, público ao qual o jornalismo se dirige. Um exemplo relacionado à fonética/fonologia serve para ilustrar o discurso sobre linguagem presente em livros de comunicação: um deles recomenda a pronúncia “Brasil”, com “l”, em televisão, e não “Brasiu”, com “u”, sem qualquer menção à transcrição fonética das palavras, revelando confusão entre linguagem oral e escrita e desconhecimento do funcionamento da semivogal “w” em palavras terminadas em “l” (cf. BARBEIRO; LIMA, 2002). Ora, tal exemplo pontual é sintoma da forma simplificadora como o tema linguagem é tratado.

Um outro manual de telejornalismo (PATERNOSTRO, 1987) apresenta um equívoco básico. À certa altura, recomenda: “na ordem direta, os termos da oração são colocados seguindo uma regra gramatical básica: Sujeito + verbo + predicado” (PATERNOSTRO, 1987, p. 80). Logo abaixo, a autora esclarece que “o predicado possui um verbo”. Em seguida, afirma:

Qualquer modificação nessa estrutura determina a ordem inversa, usada por força ou por necessidade de um estilo, mas que pode comprometer a clareza e a compreensão. (PATERNOSTRO, 1987, p. 81)

Mais adiante, a regra exposta acima parece se contradizer com o que é dito sobre *precisão*, com base em alguns exemplos, através dos quais se indicam a forma a ser evitada e a forma recomendada.

Em vez de:

Médicos especialistas reunidos num congresso em Lyon apresentam novos tratamentos para portadores do vírus da Aids.

Prefira:

Em um congresso em Lyon, na França, os médicos mostram os novos tratamentos para portadores do HIV.

(PATERNOSTRO, 1987, p. 82)

Observe-se que, no caso supracitado, a autora propõe o deslocamento à esquerda do advérbio de local (“em um congresso em Lyon”). Ou seja, em nome da precisão, recomenda o uso de outro elemento na frase antes do “sujeito” (e não é isto um tipo de inversão da “ordem direta”?). Contudo, mais acima, quando defende o uso do que chama “ordem direta”, deixa de esclarecer que essa suposta “ordem direta” pode não ser a mais adequada para se obter a precisão, fazendo parecer que é sempre a forma recomendável.

Certamente, os casos citados são pontuais e menos graves do que casos de coberturas jornalísticas que ferem a ética da profissão, através da manipulação pela linguagem ou por outras vias. No entanto, pode-se afirmar que a concepção de linguagem de tais livros, que servem de bibliografia em disciplinas do curso de comunicação, é, no mínimo, pouco sofisticada.

Com base no que é apresentado por esta autora, pode-se perguntar: o que realmente é ordem direta? A estrutura sujeito-predicado? Ou aquela que realmente traz uma maior precisão ao texto jornalístico?

A formação de um profissional que lida tão diretamente com a linguagem, como o jornalista, deveria passar por questionamentos ainda mais amplos, por exemplo, pela problematização aprofundada do que seja uma estrutura em “ordem direta”. Em vez disso, toma-se o tema como “dado” e, simplesmente, recomenda-se o uso da chamada ordem direta, falhando mesmo do ponto de vista da gramática tradicional ao defini-la como a estrutura “sujeito-verbo-predicado”.

Se esses equívocos acontecem até mesmo quanto a aspectos relacionados à gramática tradicional, quando se trata de enfoques mais “discursivos”, o resultado são fórmulas para se escrever de maneira objetiva, isenta de opinião, como se a linguagem permitisse essa total transparência.

Por fim, uma proposta

Aprofundar essa questão dependeria de um estudo amplo. Acreditamos ser importante envolver os estudantes de comunicação social nesta problemática, relevante e pertinente para a formação desses futuros profissionais, por meio de estudos em disciplinas afins e, também, Grupos de Pesquisa. Quanto mais universidades e cursos “abraçassem a causa”, melhores seriam os resultados em relação à concepção de linguagem do jornalista.

Assim, num trabalho em conjunto, seria possível apresentar sugestões, via questões linguísticas, para a prática jornalística brasileira, no que se refere à questão da escrita. Entre elas, por hipótese, a ideia (esboçada em MORAES, 2002) de que, uma vez não sendo possível ser plenamente objetivo, o jornalismo poderia, talvez, surtir um efeito de maior rigor (e sinceridade) se assumisse que lida com um espaço (o da linguagem) pouco palpável e não-transparente. Na medida em que, ao contrário, se é levado a crer que o texto é (plenamente) objetivo e imparcial, não se percebe que posicionamentos podem estar embutidos, às vezes mais ou menos disfarçados, na própria escrita do texto. Trata-se de romper com uma concepção de jornalismo como “discurso realista”, já que esta concepção “ignora sua própria inserção e possibilidade no simbólico e tem a referencialidade, o efeito de real, como eixo de construção” (GOMES, 2000, p. 42).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, C. W. Império dos sentidos: critérios e resultados na Folha de São Paulo. *Novos Estudos*, São Paulo, CEBRAP, n. 31, p. 41-67, out. 1991.
- AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Caderno de Estudos Linguísticos*, Campinas (SP), v. 19, p. 25-42, dez. 1990. [1982].
- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. *Manual de Telejornalismo*, os segredos da notícia em TV. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.
- BENJAMIN, W. O narrador. In: BENJAMIN, W. et al. *Textos escolhidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores).
- CORRÊA, M. L. G. *Linguagem e Comunicação Social: visões da linguística moderna*. São Paulo: Editora Parábola, 2003. 104 p.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *Código de Ética dos Jornalistas brasileiros*. Vitória (ES): FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), 2007.
- FISCHER, R. M. B. Mídia, estratégias de linguagem e produção de sujeitos. In: CANDAU, V. M. (Org.) *Linguagens, espaços e tempos no ensinar e aprender*. Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino (ENDIPE). Rio de Janeiro: DP&A, 2000. p. 74-88.
- FOLHA DE SÃO PAULO. *Novo Manual da Redação da Folha de São Paulo*. 7. ed. São Paulo: Folha de São Paulo (SP), 1998. 331 p.
- FREITAS, J-M. M. Posfácio. In: GOMES, M. R. *Jornalismo e Ciências da Linguagem*. São Paulo: Hacker Editores / Edusp, 2000. p. 97-100.
- GOMES, M. R. *Jornalismo e Ciências da Linguagem*. São Paulo: Hacker Editores / Edusp, 2000. 111 p.
- JAKOBSON, R. *Linguística e Comunicação*. São Paulo, Cultrix, 1970. 208 p. [1960].
- LAGE, N. *Estrutura da notícia*. São Paulo, Ática, 1985. 78 p.
- MAINGUENEAU, D. *Gêneses do Discurso*. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba, PR: Criar Edições, 2005. 189 p. [Bruxelles: P. Mardaga, 1984].

MORAES, E. de. *O imaginário da criança no discurso jornalístico: uma análise da revista Veja Kid+*. 143 f. 2002. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

PATERNOSTRO, V. I. *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1987.

PÊCHEUX, M. Análise automática do Discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1990a. p. 61-87. [1969].

_____. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1990b. 317 p. [1975].

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença Editorial, 1999. 272 p.