

ORDEM DISCURSIVA NA MÍDIA IMPRESSA: AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Maria Ivanúcia Lopes da COSTA²⁷

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES²⁸

Resumo: O presente artigo discute as condições de produção da notícia na mídia impressa como prática gerida por regras de controle, de seleção, organização e redistribuição dos enunciados e sujeitos, a fim de legitimar um discurso de verdade. Partimos da premissa de que o poder dado ao jornalista permite a ele produzir um discurso socialmente aceitável, para refletir sobre a realidade retratada nos textos e a produção de verdade expressa nas notícias. Aportando-se em Foucault, Charaudeau, Navarro, Marcondes Filho, entre outros, a intenção é apresentar fundamentos que discutam a notícia como produto de uma prática discursiva, submetido a uma ordem de padronização, alicerçada num suporte institucional que autoriza este ou aquele discurso, e o legitima como verdadeiro.

Palavras-chave: Notícia. Verdade. Ordem discursiva.

Resumen: *Este artículo analiza las condiciones de producción de la noticia en los medios de comunicación social impresos como una práctica regida por normas de control, selección, organización y redistribución de los enunciados y sujetos, con el fin de legitimar un discurso verdadero. Partimos de la premisa de que el poder otorgado al periodista, le permite producir un discurso socialmente aceptable, para así reflexionar sobre la realidad retratada en los textos y la producción de la verdad expresada en las noticias. Basándonos en Foucault, Charaudeau, Navarro, Marcondes Filho, entre otros, el objetivo es proporcionar fundamentos o bases que nos permitan analizar la noticia como un producto de una práctica discursiva, sometida a un orden de padronización, basada en el apoyo institucional que faculta tal o cual discurso, y lo legaliza como verdadero.*

Palabras-clave: Noticias. Verdad. Orden discursivo.

²⁷ Aluna do Programa de Pós Graduação em Letras – PPGL/ UERN, Pau dos Ferros-RN.
Ivanucialopes@bol.com.br

²⁸ Professora do Departamento de Comunicação Social- UERN, e do Programa de Pós Graduação em Letras – PPGL/UERN, Pau dos Ferros-RN.
marciliamendes@uol.com.br

Introdução

Há séculos, os jornalistas observam os acontecimentos que passam na realidade e produzem relatos que objetivam e apresentam esses mesmos acontecimentos sob várias formas, entre elas, sob a forma de notícias, conferindo ao acontecimento uma materialidade singular reproduzida por um conjunto de práticas discursivas. Com isso, observa-se que essa vontade de verdade apoia-se numa base institucional, submetida a uma ordem discursiva de padronização que tende a exercer pressões e a difundir o discurso “verdadeiro” no interior da sociedade.

Notícia: Por uma definição “de verdade”

A legitimação da prática jornalística como instituição que retrata fielmente a realidade problematiza uma série de discussões sobre os valores até hoje associados a esta prática discursiva, a exemplo da verdade e da objetividade. Pensar a verdade como um valor do jornalismo incide em refletirmos como o seu discurso reflete na cotidianidade e no conhecimento que se tem da realidade, principalmente através das notícias.

Vivo e dinâmico, o processo de produção da notícia envolve, sobretudo, as condições que determinam seu fabrico, tais como o tempo, o espaço e a hierarquização dos discursos que convertem acontecimento²⁹ em notícia, uma vez que estes acontecimentos são, em número, bem superiores aos midiáticos, o que sugere uma reflexão sobre como se manifesta a seleção de uma notícia e como os filtros interferem em sua elaboração e legitimação de verdade.

Primeiro, é imprescindível condensar definições de notícia – matéria-prima do jornalismo – a fim de permitir maior compreensão de seu processo de fabricação. De acordo com Lage (1985), é mais fácil fazer notícias do que explicar como se faz. O autor aponta definições de caráter textual (considerando a estrutura). Para ele, a notícia se define como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE,

²⁹ Não é objeto deste artigo discutir acontecimento na perspectiva foucaultiana, tendo em vista a complexidade e profundidade do termo, principalmente na AD Francesa. No entanto, por delimitação, optou-se por utilizá-lo de forma mais convencional, referindo-se, simplesmente, aos eventos ou fatos motivadores das pautas noticiosas.

1985, p. 16). Nesta perspectiva de exposição dos acontecimentos, Melo (1985) define a notícia como sendo o “relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social” (p. 49). Nesse caso, “ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa mesma realidade.” (SOUSA, 2002, p.119).

Considerando-as como artefatos linguísticos que representam aspectos da realidade, Souza (2000) descreve que elas resultam da interação de diversos fatores:

[...] resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (p.15).

A dificuldade em se conceituar notícia foi vista por Sigal (in VIZUETE e MARCET, 2003, p. 55), quando observou: “Ninguém sabe o que são [as notícias]. O outro problema é que ninguém sabe o que significam”. A determinação desse objeto de estudo é a preocupação de Alsina (1989, p. 27), quando reconhece que “a notícia, em concreto, é uma realidade complexa, diversa e mutante”. (*Apud* FOSSÁ e RIBEIRO, 2009, p.2).

Desse modo, a notícia configura-se como uma sequência do acontecer, produto da interpretação contextual (VIZUETE e MARCET, 2003, p.56). Erbolato (1984) explica que ela deve ser recente, inédita, ligada à realidade, objetiva, de interesse público, provocar impacto, ter interesse pessoal e humano, ser relevante para a sociedade, e ser original. (p. 49).

Para melhor definir, Charaudeau (2007) propõe chamar a notícia “um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado.” (p. 132). Para esclarecer, o autor denomina de espaço temático o domínio do lugar público em que o fato está circunscrito, e que por essa razão pode ser reportado. Sobre a determinada fonte, Chauradeau (2007) se refere à instância que converteu o acontecimento em informação e que a partir dela, sua credibilidade será avaliada.

Para alguns autores, a notícia não existe enquanto não é contada, mas são as regras de controle que determinam, ou pelo menos direcionam o que pode ou não ser noticiado. Deleuze e Guatarri (2000) explicam que

as notícias, procedem por redundância, pelo fato de nos dizerem o que é "necessário" pensar, reter, esperar, etc. A linguagem não é informativa nem comunicativa, não é comunicação de informação, mas — o que é bastante diferente — transmissão de palavras de ordem. (p. 12).

Sendo assim, é a partir dos acontecimentos que explodem na superfície da mídia que se pode detectar ou sentir seus efeitos de sentido construídos dia após dia nas instâncias comunicativas. O jornalismo tem sido uma dessas instâncias que, ao longo das últimas décadas, conquistou legitimidade para descrever e interpretar discursivamente a realidade. É por isso que, segundo Traquina (1999) o público lê as notícias acreditando que “elas são um índice do real”, o que sustenta os principais valores associados a esta prática, como o compromisso com a verdade e esta com a realidade. Neste caso, o significado de “verdade” e “verdadeiro” em Foucault pode ou não guardar semelhança com o sentido mais corriqueiro que a palavra assume como conformidade com o real, servindo como uma justificativa racional para o que consensualmente se acredita ser verdade, e como uma qualificação de importância ordenada discursivamente.

No jornalismo, a verdade está sujeita a um mero efeito de poder, e efeitos de sentido, dentro e fora daquela formação discursiva³⁰, e significar o verdadeiro seria produzir um valor de verdade por meio de um discurso de relatos.

Amparada nas concepções de Foucault, é necessário pensar a verdade como um *efeito*, uma vez que ela estaria mais para uma consequência, um efeito, do que para um valor que possa ser comprovado mediante a análise de sua relação com a realidade.

Assim, a transformação dos eventos da realidade, por meio de notícias, é regada por normas, valores e outros condicionantes institucionais que definem o que será ou não noticiado. É por isso que se costuma dizer que o jornal – e a mídia em seu conjunto – está situado no fim de uma longa cadeia de transformações, que apresenta um real já domesticado, e com os fatos mais importantes devidamente selecionados a partir de uma

³⁰ O conceito de formação discursiva não deve ser considerado em termos epistemológicos e sim em termos de prática discursiva em meio a outras práticas, na configuração de saber de uma época. Em cada

série de filtros, para chegar ao destinatário, de forma mais *organizada e verdadeira*. Neste sentido, “as estratégias de construção de efeitos de realidade funcionam como índices de referencialidade que conferem ao discurso um caráter verossímil, assegurando-lhes a credibilidade”. (NAVARRO, 2010, p. 86). No entanto, isto não exclui a carga de subjetividade dos profissionais envolvidos e a política editorial do veículo que determinam, prioritariamente, a articulação de forças, e sua ordem discursiva.

Eixos de poder e controle: Por uma Ordem do Discurso na mídia impressa

Se os discursos constituem o espaço primeiro, no qual se dão os embates sociais, os efeitos de sentidos são construídos a cada situação de comunicação ou produzidos a cada ato verbal a partir das disputas de sentido e das relações de poder. Nesse caso, a partir dos relatos jornalísticos se reproduzem uma ordem discursiva que dá significações e identifica o que é verdadeiro e o que é falso, determinando o que pode e o que não pode ser dito.

Como para Foucault o discurso tem um suporte histórico, institucional e uma materialidade que proíbe ou permite sua realização, percebe-se que são as relações de poder que movem a verdade nos discursos. Em a “Ordem do Discurso”, Foucault (1971) apresenta uma reflexão sobre a vontade de verdade, apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional. Partindo disso, o jornalista não pode falar como quiser, pois tem se submeter a certas regras internas e externas da instituição midiática. Ou seja, é a realidade e seus conflitos de interesse gerados por questões políticas, pessoais e/ou financeiras que influenciam diretamente o fazer jornalístico e o enquadra numa ordem discursiva.

Ao falar de ordem, Foucault está se referindo às normas que selecionam, organizam, regulam e redistribuem os discursos. Representa um conjunto de procedimentos que tem a função de exorcizar poderes e perigos, refrear o acontecimento aleatório, “disfarçar a sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 1971, p.14). Um dos principais desafios foucaultianos trazidos para este estudo são as concepções de verdade e poder, que estão mutuamente interligadas, por meio de práticas

formação, conceitos são dispostos de certa forma e utilizados conforme o campo de saber e o modo como ele se relaciona, se diferencia, se associa ou não a outros campos de saber.

contextualmente específicas, intimamente intrincadas à produção do discurso, regulado pelas formações discursivas atuantes entre si, que determinam o que pode e/ou deve ser dito. Do ponto de vista institucional, citando Foucault, “não se tem o direito de dizer tudo, não se pode falar tudo em qualquer circunstância, qualquer um não pode falar de qualquer coisa”.

Sendo assim, é possível reconhecer que as práticas – desenvolvidas especificamente no âmbito do impresso – seguem uma rotina de trabalho determinada pela prática editorial, sendo o discurso jornalístico lugar de articulação entre o saber e o poder.

Os discursos institucionalizados, com seus procedimentos, tendem a solidificar sua legitimidade perante a comunidade que os recebe. Mas para compreender o jornalismo como uma ordem discursiva, Navarro (2010) argumenta que é preciso tomar a palavra *ordem* no sentido lato do termo: execução de uma ação que segue regras. É nesse sentido que a mídia impressa pode ser caracterizada como uma empresa na qual os funcionários seguem uma rotina de trabalho determinada pela pauta editorial.

Primeiro, é preciso considerar que os poderes pesam sobre quem fala. Logo, se a imprensa incorpora como sua a missão de ser os olhos da sociedade, cai sobre ela o arriscado compromisso de propagar o discurso legitimado e verdadeiro, embora submetido às regras coercitivas de controle de produção. O que se nota, a partir destas reflexões, é que o sujeito – profissional jornalista – deve considerar o lugar de onde fala e a posição que ocupa no contexto social. Conseqüentemente, estes não assumem a posição de sujeitos livres para a formulação de discursos, mas de sujeitos submetidos às autorizações que regulam esta prática.

A noção de ordem discursiva articulada à prática midiática supõe a existência de regras preestabelecidas que controlam e determinam a produção, num jogo de legitimação e controle. Acima disso, estão as motivações ideológicas e econômicas que enquadram e/ou padronizam os discursos em seu lugar institucional. São estas mesmas razões que, segundo Navarro (2010), determinam a produção de notícias:

[...] os aspectos ideológicos e econômicos determinam aquilo que o jornalista pode e deve escrever. [...] Essa prática impõe ao fazer jornalístico certa configuração na produção e na veiculação da notícia, que abrange desde a seleção, passa pela forma de organização e chega à sua forma de apresentação. (p. 83).

A partir disso, observa-se que o discurso apresenta certas estratégias que definem o que se pretende dizer, qual o sentido que se quer transmitir naquele momento, sujeitando os relatos a outros condicionantes, como o econômico e o político, por exemplo.

Sob a instância institucional, e na perspectiva de seus condicionantes, Marcondes Filho (1986) afirma que a informação sofre tratamentos para adaptar-se às normas mercadológicas:

[...] a notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. (p. 13).

Contudo, considerando que os eixos de poder e instâncias produtivas estão sempre se movimentando, cabe à imprensa gerir seu discurso de verdades, uma vez que estas, segundo Foucault (2001), são produzidas graças aos efeitos regulamentados de poder. Desse modo, do ponto de vista da produção de notícias, é preciso considerar, sobretudo, as restrições e/ou limitações ligadas às condições de fabricação. Wolf (2003) argumenta que as notícias resultam da conjunção de dois fatores: de um lado, a cultura profissional, entendida como um emaranhado de estereótipos, representações sociais e rituais relativos às funções dos meios de comunicação de massa e dos jornalistas, à concepção do principal produto – a notícia – e às modalidades que presidem à sua confecção. De outro, as restrições ligadas à organização do trabalho, sobre as quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia e legitimam o processo produtivo.

Nesse processo, visualizam-se constantes movimentos entre as instâncias de poder. Desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e as modalidades de confecção do noticiário, por exemplo.

Como analisa Deleuze (2006, p. 48) “não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder”. E partindo desta análise, compreende-se que a verdade está circularmente ligada a sistemas de poder que a produzem e a apoiam. Logo, se o poder e a verdade estão ligados numa relação circular, se a verdade existe numa relação de poder, e o poder atua em conexão com a verdade, então se diz que os discursos institucionalizados podem ser vistos como regimes de verdade:

Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua política geral de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias de distinguir enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção de verdade; o estatuto que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro. (FOUCAULT, 1979, p. 12).

Em algumas situações, portanto, a verdade inscrita nas notícias, por exemplo, surge como efeito, agindo em favor de uma vontade de verdade já estabelecida socialmente – como consequência de regras institucionais, o que torna insuficiente a definição de que o jornalismo mantém conexão com uma verdade amparada em fatos, uma vez que os critérios e o tratamento dado aos eventos são também resultados circunstanciais, que envolvem jogo de poder. As relações de poder têm relação direta com uma ordem discursiva, e no caso do jornalismo, são facilmente encontradas nas relações com as fontes, oficiais ou não, com os sujeitos envolvidos e com outros interesses, nem sempre os dos cidadãos que desejam ser informados.

Considerações Finais

Embora a imprensa seja um negócio comercial e a notícia uma mercadoria, e embora os jornais sejam rotineiramente transformados em instrumentos do poder econômico ou do poder político, a expectativa da sociedade continua a exigir, ainda que tacitamente, a independência editorial, um discurso de verdade sobre os fatos que ocorrem. Esta expectativa em relação às notícias veiculadas representa, assim, a legitimidade deste discurso como verdadeiro, e, segundo Navarro (2010) “um discurso de verdade é aquele que, ilusoriamente, se estabelece como lugar de plenitude de sentidos”. Nesse caso, o discurso produzido por meio das notícias trata-se de uma prática discursiva que atua na construção e reprodução de sentidos. Deste modo, a prática discursiva relaciona elementos distintos como instituições, técnicas, grupos sociais, dizeres diversos, permitindo a inter-relação entre os eixos de poder e instâncias produtivas.

Com base na concepção foucaultiana de que o discurso tem um suporte histórico, institucional e uma materialidade que proíbe ou permite sua realização, verifica-se que o discurso midiático, na instância do jornalismo impresso, caracteriza-se como uma

empresa na qual os funcionários seguem regras preestabelecidas por meio de uma rotina de trabalho determinada pela prática editorial. Sendo assim, a noção de ordem discursiva articulada à prática midiática supõe a existência de regras que controlam e determinam a produção, enquadrando-a em função de seu lugar institucional, num jogo de legitimação e controle.

Nesta perspectiva, o discurso que se anuncia imparcial manifesta o desejo de ser aceito como discurso de verdade. Ora, essa vontade de verdade apoia-se numa base institucional, que tende a exercer pressões e a distribuir o discurso “verdadeiro” no interior da sociedade, e esse desejo é uma determinação da ordem discursiva que tende a garantir a credibilidade da instância midiática, por meio da reprodução do real apresentada nas notícias. Para remate, é presumível que as pautas e o modo pelo qual são conduzidas, utilizam-se dos elementos que uma dada formação discursiva propõe, considerando as suas regras e redes de significação.

Referências

- CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol. 2. São Paulo: Editora 34, 2000.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1984.
- FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan; RIBEIRO, Daiane Bertasso. O poder da informação na midiática: reflexões sobre o mito da objetividade na linguagem jornalística e o contexto de produção de sentido do seu discurso. **Revista Elementa**. Comunicação e Cultura. Sorocaba, v.1, n.2, jul/dez 2009. (Disponível em: http://comunicacaoecultura.uniso.br/elementa/v1_n2_04.pdf Acesso em 10 de novembro de 2010).
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do Discurso**. Tradução: Edmundo Cordeiro. Paris: Editions Gallimard, 1971.
- _____. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 1985.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986.
- MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

NAVARRO, Pedro. Uma definição da ordem discursiva midiática. In: MILANEZ, Nilton; GASPAR Nadea (Org). A (des) ordem do Discurso. São Paulo: Contexto, 2010.

SOUZA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2000.

TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

VIZUETE, J. I. A; MARCET, J.M.C. Fundamentos de periodismo impresso. Barcelona: Ariel. 2004.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2003.