

2 Ponto de partida

Nas notícias veiculadas pela imprensa, diariamente, indivíduos ligados às mais diversas profissões são transformados em personagens, sobre os quais são contadas histórias. Nessas narrativas, uma imagem desses personagens é projetada, não só individualmente como também como representantes de grupos – por faixa etária, local de habitação ou ocupação profissional, entre outros.

Leila Barbara analisou, por exemplo, como é construída a imagem do professor, utilizando a Linguística de Corpus e a Linguística Sistêmico-Funcional para verificar que a imprensa cria uma imagem favorável do professor universitário como autoridade ou especialista, mas que a imagem do professor como classe é construída em torno de má formação, custos e manifestações trabalhistas (Barbara e Sardinha, 2004). Em outro artigo, ela comparou a imagem do professor construída pela imprensa à de outras profissões: deputados e senadores, médicos, arquitetos, engenheiros, funcionários, empregados, juízes e advogados (Barbara, 2005).

É curioso notar que, quando trata dessas profissões, a imprensa está lidando com uma realidade que lhe é externa, enquanto que, ao projetar uma determinada imagem da profissão e da atividade jornalísticas, a imprensa está falando *sobre si mesma*.

A cobertura de uma guerra ou de um evento esportivo do porte da Copa do Mundo é um momento de concentração de notícias sobre jornalistas, como já foi visto, e isso levou à escolha dos períodos para seleção do corpus estudado neste trabalho. É preciso reconhecer, no entanto, que o trabalho nesse tipo de cobertura se diferencia da prática jornalística cotidiana, a começar pelo deslocamento físico envolvido. Num dia comum, o jornalista baseia seu trabalho na redação do veículo para o qual trabalha, e por mais horas que trabalhe, volta para casa ao fim do dia. Na Copa do Mundo, redação e casa são substituídos por centro de imprensa e hotel, por algumas semanas. Na guerra, o jornalista trabalha como pode; hospeda-se em hotéis, desloca-se seguindo a progressão do conflito, corre riscos.

Parecem existir mais obras disponíveis sobre os correspondentes de guerra do que sobre jornalistas que cobrem esportes no exterior. Em um artigo sobre correspondentes brasileiros de guerra, Kuhn (2005) comenta que a bibliografia disponível aborda o assunto sob uma única perspectiva, narrando histórias individuais de jornalistas. São exemplos disso: Ribeiro (2005) conta sua experiência na guerra do Vietnã, quando perdeu a perna; Dávila (2003) narra a experiência do autor e do fotógrafo Juca Varella na invasão do Iraque; Fino (2003) descreve sua experiência no Afeganistão, no Oriente Médio e no Iraque; Fontenelle (2004) entrevista jornalistas que participaram da cobertura da guerra do Iraque. Encontramos um único livro do mesmo tipo voltado para a cobertura esportiva: Linhares (2006) concentra-se em descrever as experiências dos jornalistas nos bastidores do Pan-Americano de Santo Domingo e das Olimpíadas de Atenas, através de depoimentos de outros jornalistas.

Como lembra Bárbara (2004), o estudo do papel da mídia na construção da imagem profissional é assunto de diversos trabalhos de cunho sociológico; mas são poucos os estudos que enfocam a influência da linguagem usada pela mídia na formação dessa imagem profissional. Uma breve pesquisa revelou alguns artigos, produzidos por pesquisadores de Comunicação Social, com o objetivo de investigar a imagem do jornalista que é divulgada na mídia. Por exemplo, Santana (2008) utilizou notícias sobre jornalistas – associadas a entrevistas com profissionais – para verificar a autoimagem dos profissionais, analisando as características atribuídas a eles; Chagas (2005) busca a imagem da mulher jornalista em matérias de revista sobre jornalistas famosas. Mas esses trabalhos não são especificamente voltados para a investigação do uso da linguagem na construção da imagem profissional do jornalista. Esta é a proposta do presente trabalho.

2.1

Construção do significado no texto

Essa imagem é construída, como qualquer outro significado, justamente no texto, através das escolhas linguísticas de quem o produz (como será visto no

capítulo 3): não corresponde necessariamente a uma imagem definida de forma proposital.

Ao falar, optamos: se vamos afirmar ou perguntar, generalizar ou particularizar, repetir ou acrescentar algo novo, incluir ou não nosso próprio julgamento, e assim por diante. (...) O sistema de opções disponíveis é a “gramática” da língua, e o falante, ou escritor, seleciona elementos deste sistema: não no vácuo, mas no contexto das situações de fala (Halliday 2002, p. 174)¹. [grifo meu]

Como participantes e receptores, simultaneamente nos comunicamos através da linguagem e interagimos através dela; e, como condição necessária a ambos os processos, criamos e reconhecemos o discurso (id, p. 194).

Teóricos de outras linhas concordam com essa ideia, como, por exemplo, Certeau (1994):

Esses elementos fazem do enunciado, e secundariamente do uso, um nó de circunstâncias, uma nodosidade inseparável do “contexto”, do qual abstratamente se distingue. Indissociável do *instante* presente, de circunstâncias *particulares* e de um *fazer* (produzir língua e modificar a dinâmica de uma relação), o ato de falar é um uso da língua e uma operação *sobre* ela (Certeau 1994, p. 97).

Charaudeau (2006, p. 131-132) também ecoa a ideia de que, para que o acontecimento exista, é preciso *nomeá-lo*. O acontecimento não significa em si, só significa enquanto inserido em um discurso; daí nasce “o que se convencionou chamar de ‘a notícia’”:

Por trás do discurso midiático, não há um espaço social mascarado, deformado ou parcelado por esse discurso. O espaço social é uma realidade empírica compósita, não homogênea, que depende, para sua significação, do olhar lançado sobre ele pelos diferentes atores sociais, através dos discursos que produzem para tentar torná-lo inteligível. Mortos são mortos, mas para que signifiquem “genocídio”, “purificação étnica”, “solução final”, “vítimas do destino”, é preciso que se insiram em discursos de inteligibilidade do mundo que apontam para sistemas de valores que caracterizam os grupos sociais (Charaudeau 2006, p. 131).

No artigo *Language in a changing world* (2003, p. 214), Halliday aborda o papel da mídia no mundo atual. “Nossa cultura”, diz ele, “está presa dentro de um ciclo semiótico no qual o ambiente que é **mostrado** pela mídia também é **criado** pela mídia”. Construir uma notícia, para ele, não é simplesmente efetuar uma transformação semiótica em acontecimentos verbais ou materiais; é também instigar esses acontecimentos. Não existe uma linha clara que separe construir

¹ A tradução dos trechos originalmente em inglês foi feita pela autora.

eventos como significados e fazê-los acontecer. Isso faz eco ao que já foi discutido sobre a criação dos significados através do uso. E isso permite que o estudo das notícias seja uma forma de explorar o conceito de sociedade como texto (Halliday 2003, p. 215).

A partir da premissa de que as notícias seriam um registro do que as pessoas fazem, Halliday afirma: as pessoas ‘fazem coisas’ o tempo todo; é quando o que fazem é transformado em significados que isso se torna notícia. E que tipos de ‘ações’ costumam ser transformadas em notícias? Na televisão, no rádio, e na mídia impressa, diz Halliday, os dois assuntos principais parecem ser o discurso e a morte (id, p. 214-215). Em um terceiro lugar distante, vem o dinheiro, e depois dele, os esportes, os políticos corruptos, os escândalos sexuais dos ricos e famosos, e estatísticas de todos os tipos. Halliday atribui o predomínio dos dois primeiros, em parte, ao fato de serem “catastróficos em vez de graduais”, mas principalmente mais porque, de todas as áreas do sistema da Transitividade (cf. item 3.1.1), os Processos Verbais, e os processos de conflitos violentos, são os mais susceptíveis de receber carga ideológica – não apenas no léxico, mas em sua gramática ideacional e interpessoal. “Seria muito mais difícil promover os valores capitalistas de individualismo e empreendimento, ou construir as pessoas nos arquétipos de herói, vilão, vítima etc., se as notícias consistissem das conquistas artísticas recentes da comunidade ou das migrações sazonais das aves” (Halliday 2003, p. 214).

Consideramos que os significados são produzidos em um contexto, ao mesmo tempo determinados por esse contexto e contribuindo para a criação desse contexto. Cabe aqui uma discussão sobre outro aspecto fundamental para a compreensão da linguagem – a noção de intertextualidade.

Nas palavras de Bakhtin (1992), a comunicação é um diálogo interativo:

O desejo de tornar seu discurso inteligível é apenas um elemento abstrato da intenção discursiva em seu todo. O próprio locutor como tal é, em certo grau, um respondente, pois não é o primeiro locutor, que rompe pela primeira vez o eterno silêncio de um mundo mudo, e pressupõe não só a existência do sistema da língua que utiliza, mas também a existência de enunciados anteriores. (...)

O ouvinte dotado de uma compreensão passiva, tal como é representado como parceiro do locutor nas figuras esquemáticas da linguística geral, não corresponde ao protagonista real da comunicação verbal. Aquilo que o esquema representa é apenas um momento abstrato do ato pleno e real de

compreensão ativamente responsiva, que gera a resposta (resposta com que conta o locutor) (Bakhtin 1992, p. 291-292).

Encontramos também em Barthes (2004) uma menção à natureza intertextual de todo texto: “O intertextual em que é tomado todo texto, pois ele próprio é o entretexto de outro texto, não pode confundir-se com alguma origem do texto (...) as citações de que é feito um texto são anônimas, indiscerníveis e, no entanto, *já lidas*: são citações sem aspas” (Barthes 2004, p. 71). A percepção da interação inerente ao processo de comunicação também aparece neste autor: “O texto pede que se tente abolir (ou pelo menos diminuir) a distância entre a escritura e a leitura, não pela intensificação da projeção do leitor sobre a obra, mas ligando-os a ambos numa só e mesma prática significativa (id., p. 73).

Baseado em Bakhtin, White (2005) enfatiza uma visão “heteroglóssica” da linguagem:

A perspectiva heteroglóssica enfatiza o papel da linguagem no posicionamento dos falantes e seus textos na heterogeneidade das posições sociais e visões de mundo que operam em qualquer cultura. Todos os textos refletem uma realidade social particular ou uma posição ideológica específica e portanto entram em relações de maior ou menor alinhamento com um conjunto de posições sociais mais ou menos convergentes/divergentes postas em risco pelo contexto social do momento. Assim, *todo significado em um texto ocorre em um contexto social onde um número de significados alternativos ou contrários poderia ter sido feito, e deriva seu significado social e significância das relações de divergência e convergência que estabelece com esses significados alternativos* (White 2005). [grifo meu]

É preciso levar em conta, também, as condições de produção do texto jornalístico. Toda a produção do noticiário se concentra em jornalistas escrevendo textos individualmente. Os jornalistas são autores de seus textos, até certo ponto. Existe um autor original, primeiro, e existem editores – inúmeros outros que trabalham aquilo que o autor preparou. Um texto pode ser revisado pelo editor, pelo chefe de redação, por outros jornalistas. Para Bell (1991), descrever um jornalista como único autor de um texto é uma idealização extrema. No entanto, no cotidiano das redações do século XXI, existe uma tendência cada vez mais predominante de subtrair essas revisões, fazendo com o que o texto final a ser publicado seja realmente aquele que o repórter escreveu.

Essa tendência por si só não elimina a discussão sobre a autoria do texto jornalístico. O principal material da notícia é o que alguém conta ao repórter, além

daquilo que ele mesmo testemunhou. Muito do que ele escreve é paráfrase ou citação do que apurou. Os jornalistas também trabalham a partir de material escrito. Muito do que é notícia inclui atualizações e reescrituras de textos anteriores. Além disso, muitas matérias contêm material selecionado e reescrito a partir de documentos fornecidos por fontes ou originário de outras mídias – relatórios, procedimentos, transcrições, discursos, material de agências, clippings, releases (Bell, 1991, p. 41). Portanto, mais do que criar, o jornalista reproduz a linguagem.

2.2 Posicionamento do autor através do texto

Ivanič (1998, p. 38) afirma que a linguagem é uma forma de expressar identidade social, e que a busca por identificação manifesta-se nas escolhas feitas na linguagem escrita. Discutindo a gramática funcional proposta por Halliday (1994), a autora escreve: “Cada decisão discursiva posiciona duplamente quem escreve: como alguém que pensa aquelas coisas e como usuário daquelas palavras e estruturas. Em termos práticos, usando esta visão da linguagem como ferramenta analítica, não é possível discutir o conteúdo que um escritor quer transmitir em separado das formas linguísticas que usa para transmiti-las” (Ivanič 1998, p. 39).

A autora afirma:

Quando um escritor expressa [*words*] alguma coisa de uma determinada forma, através de uma escolha específica de palavras e estruturas, está se alinhando a outros que usaram as mesmas palavras e estruturas, e portanto faz uma afirmação identitária de si mesmo (Ivanič 1998, p. 45).

Discutindo narrativas de história de vida, Bastos (2005) comenta que quem as conta está, necessariamente, mostrando quem é: as escolhas feitas ao introduzir cenários, personagens e ações dizem respeito a como o narrador se posiciona frente a eles. Ou seja, mais uma vez, quem fala, fala de si.

E retomamos Charaudeau, que afirma (2006, p. 161): “Retomando, repetindo, imitando o que os outros disseram, apropriando, reconstruindo, modificando, ou mesmo inovando o dito através de seu próprio ato de enunciação

é que se constrói a identidade do ser falante, o que faz com que falar seja, ao mesmo tempo, dar testemunho de si e do outro, do outro e de si”.

Ao contar uma história sobre outros, falamos sobre nós mesmos. E como veremos a seguir, os jornalistas nada mais são que contadores de histórias.

2.2.1

Notícia e narrativa pessoal

Em uma análise para compreender como funciona o gênero notícia, Bell (1991) o compara à narrativa de experiência pessoal contada em interação face-a-face, conforme descrita por Labov (1972, in Bell 1991). No jargão profissional, em português, o texto de uma notícia é chamado de matéria; em inglês, o termo usado é *story* [história]. Aproveitando essa ideia, Bell escreve: “Os jornalistas são os contadores de histórias do mundo atual. Um conto de fadas começa com *Era uma vez*. A notícia começa com *Quinze pessoas ficaram feridas em um acidente...*” (Bell, 1991, p. 145).

Segundo Labov (1972, in Bell, 1991, p. 148-155), a narrativa de experiência pessoal apresentaria seis elementos: *Resumo*, *Orientação*, *Complicação*, *Avaliação*, *Resolução* e *Coda*, sendo que somente os elementos complicação e avaliação têm presença obrigatória.

Comparando um a um os elementos nos dois gêneros, Bell comenta: a função do lide – o parágrafo inicial – na notícia é exatamente a mesma do resumo na narrativa pessoal: ele resume a ação central e estabelece o motivo da narração. O lide contém, portanto, os pontos básicos da notícia. Se na narrativa pessoal o resumo é opcional, no chamado *hard news*, que seria o padrão do texto noticioso, o lide como resumo é obrigatório. Através dele, tanto o editor quanto o público podem entender o ponto principal de uma notícia, e decidir a partir daí se vale a pena continuar.

Cabe mencionar aqui o conceito de prefácio, conforme descrito por Sacks (1992, apud Garcez, 2001). Na situação espontânea de conversa, segundo Sacks, existe uma constante negociação de turnos entre os participantes. Para que um deles conte uma história, portanto, é preciso que haja uma negociação de um

espaço privilegiado, uma sinalização de que o falante vai produzir uma fala extensa e um reconhecimento dos demais participantes de que o que virá a seguir é uma história. Cumpre essa função, por exemplo, uma pergunta como “Sabe quem eu vi hoje na praia?” ou “Já reparou como as pessoas andam estressadas?” Esse prefácio, além de sinalizar o início de uma história, pode indicar o tom da narrativa – engraçada ou trágica, por exemplo – ou mesmo o seu propósito. No texto noticioso, ele encontra paralelo em lides iniciados por frases de efeito (cf. Amarante 2002), como: “Nem parece primavera. O tempo no Rio continua chuvoso e, com a chegada de nova frente fria, a tendência é continuar assim até o fim de semana.”

Com relação ao segundo elemento, na narrativa pessoal, a orientação estabelece o cenário: quem são os atores, onde e quando os fatos aconteceram, qual é a situação inicial. Na notícia, essa orientação é obrigatória. Para os jornalistas, *quem, o quê, quando e onde* são os fatos básicos que se concentram no início de uma notícia, mas podem ser ampliados mais adiante.

Assim como a narrativa pessoal, a notícia também requer avaliação, com a mesma função: estabelecer a importância do que está sendo contado, focar os fatos e justificar a atenção do público. O lide é um núcleo de avaliação, porque sua função, além de resumir a ação principal, é também dirigir a narrativa numa direção específica. Para Bell (1991), enquanto o lide não está definido, a notícia não existe; uma vez decidido o lide, normalmente, o resto se estrutura automaticamente, e daí advém a sua importância na construção da notícia. Na narrativa pessoal, a ação é contada invariavelmente na ordem em que aconteceu. Já na notícia, a ordem cronológica quase não é usada, sendo preterida em função da ordem de importância dos fatos. Enquanto a narrativa pessoal apresenta uma complicação, na notícia o final da história já é contado no lide, ou seja, no início. O texto de uma notícia, portanto, se estrutura em blocos de informação de importância decrescente.

A narrativa pessoal se encaminha para uma resolução; já as notícias não costumam apresentar resultados tão bem definidos, e quando o fazem, eles estão no lide, e não no final. Notícias de esporte são uma categoria de notícia que, por contar com resultados nítidos, se aproxima mais da narrativa pessoal: os resultados são colocados no lide, e o resto da notícia se organiza de forma cronológica para descrever como se chegou àquele resultado.

As notícias também não têm coda ou encerramento. Na narrativa pessoal, esse elemento serve como conclusão opcional para a história, para sinalizar o final, para retornar a palavra aos outros interlocutores, e para trazer o tempo verbal de volta para o presente. Nenhuma dessas funções é necessária à notícia.

A questão da ordenação dos fatos é de extrema importância na produção do texto noticioso. Na narrativa pessoal, se o narrador alterar a ordem das frases, muda a ordem dos acontecimentos (Labov, 1972, in Bell, 1991). Na notícia, a ordem escolhida para a apresentação dos fatos é extremamente importante, mas não a sequência cronológica. Bell afirma que, como consumidores de noticiários, estamos tão acostumados com isso que raramente percebemos que essa estrutura é extremamente divergente dos outros gêneros narrativos. Como exemplo, Amarante (2002) analisou o lide abaixo, publicado no *Globo* em setembro de 2001:

A primeira reação dos brasileiros que moram em Nova York foi telefonar ou mandar mensagens eletrônicas para os familiares para dizer que estavam bem. Muitos usaram murais dos provedores de internet, pois era quase impossível completar as chamadas.

e considerou que, numa narrativa pessoal, essa história seria provavelmente contada assim:

Eu estava em Nova York no dia 11 de setembro, quando teve o atentado ao World Trade Center. Fiquei sabendo do que aconteceu, e resolvi logo ligar para a minha mãe, porque sabia que iam estar todos preocupados lá em casa. Mas não dava para ligar, de jeito nenhum. Nenhuma ligação completava. Daí eu resolvi tentar mandar uma mensagem pela internet.

Como é possível comparar a narrativa jornalística à narrativa pessoal, é também relevante levantar aqui algumas observações sobre essas narrativas. Inúmeros pesquisadores já afirmaram que narrar não é um ato individual e solitário. Como Linde (1993, p. 7), por exemplo: “A troca de histórias de vida é um processo social (...) [Um narrador] não é livre para construir uma estória de vida de uma forma qualquer.” Ou Garcez (2001, p. 208): “Contar uma estória é sempre dizer coisas para alguém, mas sempre em co-operação com alguém.” Em concordância com essa ideia, Moita Lopes afirma (2001, p. 57-58): “O significado é construído pela ação em conjunto de participantes discursivos em práticas discursivas, situadas na história, na cultura e na instituição. (..) Não há discurso

sem interlocução, i.e., sem que a alteridade seja um fator integrante do discurso, sem que seja socioconstruído tanto na modalidade escrita quanto oral.”

Além de ser um processo social, para Linde (1993, p. 3), as narrativas pessoais de história de vida trazem informações sobre quem as conta:

“Histórias de vida expressam nosso sentido do self: quem somos e como viemos a ser dessa forma. Também são uma maneira importante de comunicar esse sentido do self e negociá-lo com outros. Além disso, usamos essas histórias para reivindicar ou negociar pertencimento a um grupo ou para demonstrar que somos de fato membros adequados desse grupo, que compreendemos e seguimos seus padrões morais.”

Segundo Norrick (2000, p. 83), “a conversa ocasiona tipos diferentes de histórias de maneiras diferentes; os narradores devem negociar a reportabilidade de histórias específicas de uma forma adequada ao contexto”. No mesmo texto, ele afirma ter encontrado em seus dados inúmeras histórias de família contadas e recontadas precisamente entre aqueles que já as conhecem – não apesar de serem conhecidas, mas exatamente porque o são. Aparentemente, a reportabilidade das histórias conhecidas não está no conteúdo, mas na dinâmica do próprio evento narrativo. O fato de uma história ser conhecida oferece oportunidades significativas de co-narração. E essas histórias conhecidas pelo grupo podem servir também para estimular o sentimento de identidade daquele grupo (Norrick 2000, p. 84). Como lembram Oliveira e Bastos (2002, p. 45), o sentido de reportabilidade também está ligado aos aspectos identitários que os narradores querem enfatizar; uma história pode ser mais ou menos contável conforme sua adequação à imagem que o narrador quer transmitir de si mesmo.

O que nos leva de volta ao tema central deste trabalho, a imagem do jornalista projetada pelos textos noticiosos. Ao buscar desvendar essa imagem, nos deparamos com uma questão indissociável: o que faz esse jornalista nos textos em que aparece? Em outras palavras, de que histórias é ele personagem? Ou, para remeter à teoria sistêmica que será utilizada na análise, de que processos ele é participante? A investigação dessas questões nos leva a uma resposta também sobre a reportabilidade, num ciclo que repete, de certa forma, o que tem lugar na criação do texto no contexto e do contexto no texto: a imagem do jornalista é criada pelas notícias que são reportadas, ao mesmo tempo em que as notícias são reportáveis por ajudarem a construir uma certa imagem do jornalista.

Os textos são construídos em um contexto, e sua construção influencia a construção desse contexto. Além disso, todo texto é relacionado a outros, com os quais dialoga. Tudo o que constitui o autor do texto – seus valores, suas ideias, o contexto em que escreve – entra na composição do texto. Com base nesse pensamento, pode-se considerar que, da mesma forma que nenhum texto é absolutamente independente de outros, não existe texto absolutamente neutro. Por outro lado, o jornalismo lida, na prática cotidiana, com a obrigação de buscar a neutralidade. O bom jornalismo, para o profissional da área, é por definição imparcial. A seguir, serão discutidas visões sobre essa questão.

2.3

Um discurso que se quer imparcial

Muitos anos atrás eu sugeri que a análise linguística de um texto tenha um objetivo imediato, o de explicar como, e por que, um texto significa o que dizemos (ou o que alguém diz) que ele significa; e um objetivo maior, o de avaliar o texto em relação ao seu contexto situacional e cultural. O objetivo maior pode ser formulado como uma questão direta, como: o quanto o texto alcança daquilo que seu contexto situacional exige (por exemplo, se é uma receita, é possível cozinhar a partir dela?) Ou pode levantar o problema do valor atribuído a um texto sagrado ou uma obra de arte verbal. Mas também podemos querer perguntar: o texto tem algum efeito além daquele que seu ambiente imediato ou seu fraseado explícito poderia sugerir? Podemos demonstrar sua força ideológica? E é aqui que se aborda a questão da neutralidade da gramática (Halliday 2003, p. 279).

O conceito de imparcialidade constitui um certo paradoxo no dia a dia do jornalista. Por um lado, ser imparcial é visto como uma necessidade – um mandamento da ética profissional – na vida do jornalista; por outro, nosso senso comum determina que permanecer imparcial diante dos fatos é impossível. Como resolver essa questão?

Três substantivos são comumente utilizados para descrever ou regular o trabalho do jornalista – imparcialidade, neutralidade e objetividade. Além de frequentes, essas palavras costumam ser usadas como sinônimos, com referência a um mesmo aspecto da atividade jornalística: a posição do jornalista diante dos fatos.

Uma das principais recomendações com relação ao texto de notícias de jornal é evitar exprimir opiniões subjetivas pessoais: “Evite usar em textos noticiosos adjetivos que impliquem juízo de valor”, determina o *Manual de Redação da Folha de S. Paulo* (2001). “Faça textos **imparciais** e **objetivos**. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as próprias conclusões”, recomenda o *Manual de Redação e Estilo* do jornal *O Estado de S. Paulo* (Martins, 1997) [grifos no original]. Como comenta Vestergaard, o que a reportagem supostamente faz é relatar os fatos tal como aconteceram (Vestergaard, 2000). Em um dos capítulos de um livro destinado basicamente a estudantes de jornalismo, Caldas (2002, p. 28-29) faz um comentário sobre essa premissa: “Do repórter, portanto, exige-se muito, inclusive que não emita opinião. Para os estudantes de jornalismo que têm da profissão uma visão idealista, esta é uma questão polêmica, difícil de ser aceita e compreendida. Nas primeiras matérias que fazem, todos tentam de alguma forma colocar-se no texto, dar sua opinião, *como se ela tivesse alguma importância para o leitor* e fizesse parte da reportagem.” [grifo meu]. E acrescenta:

O fato que é notícia independe da vontade ou simpatia do repórter. E como se espera que ele não seja militante de causa alguma, cabe-lhe relatar fatos e ideias de seu tempo com objetividade e honestidade, deixando de lado suas opiniões e preconceitos pessoais ou ideológicos (Caldas, 2002, p. 29).

Mas se o repórter não deve opinar, a empresa jornalística também não. Pelo menos não devia, a não ser no espaço específico destinado a essa finalidade, os editoriais, publicados nas páginas de opinião. Esta é a regra completa do jogo, no que diz respeito à liberdade e à opinião. No plano ideal, o jornal tem como missão informar, apresentar diariamente uma criteriosa seleção dos fatos mais importantes e interessantes ocorridos na véspera, sem manipular, omitir ou tomar partido (Caldas, 2002, p. 30).

Não fazer juízo de valor; não emitir opinião; contar os fatos tal como aconteceram; fazer textos imparciais e objetivos: é essa, então, a obrigação do jornalista? Embora, na prática, mesmo em termos de senso comum, não seja assim tão fácil distinguir entre opinião e fato, para os jornalistas, na maneira como percebem essas categorias e como os jornais as apresentam, isso não faz diferença (Bell, 1991). Essa separação é nítida também na descrição que Callado faz do espaço destinado à opinião no jornal: “Os textos explicitamente opinativos em um jornal são, basicamente, os artigos – aí incluído o artigo editorial –, as críticas e as crônicas” (Callado, 2002). A autora resume a visão tradicional defendida pelos profissionais da área: notícia é notícia, opinião é opinião.

Encerra-se assim a questão, o repórter deve ser um mero relator de fatos, à imagem dos andróides da ficção científica, reproduzindo o que apura sem *contaminá-lo* com sua subjetividade? Ao contrário, é neste ponto que a questão se complica. Numa análise de base linguística, vemos que não existe esse discurso desprovido de subjetividade – qualquer enunciado envolve escolhas linguísticas, e nessas escolhas se reflete a subjetividade do falante e do escritor (Halliday e Hasan, 1989). Em um livro voltado à Análise Crítica do Discurso, Fowler (1991) afirma que a representação, na imprensa e em todos os tipos de mídia e discurso, é uma prática construtiva. Eventos e ideias não são comunicados de forma neutra, em sua estrutura natural, e nem poderiam ser, pois têm de ser transmitidos através de um certo meio com características estruturais próprias, e essas características implicam uma carga de valores sociais e ideológicos que ajudam a determinar a perspectiva que será usada (Fowler 1991, p. 2).

Halliday (2003, p. 279) afirma que é possível verificar a força ideológica do fraseado utilizado até mesmo em uma única oração. E comenta que, se num sentido a gramática de qualquer língua é neutra, já a partir dela é possível construir discurso que apóie qualquer possível posicionamento subjetivo e postura ideológica, em outro nível ela é altamente parcial, pois constrói o mundo do ponto de vista de um dado momento na história, de maneira adequada à sobrevivência sob aquelas condições históricas particulares (Halliday 2003, p. 284-285).

Eggins (2004, p. 5) comenta, falando do contexto na linguística sistêmica, que qualquer uso da linguagem é motivado por um propósito. Seja qual for o gênero em que estamos envolvidos, e seja qual for o registro da situação, o uso da língua também vai ser influenciado pelas posições ideológicas do falante: seus valores (conscientes ou inconscientes), as perspectivas adquiridas através de seu caminho pela cultura. E diz também que, assim como nenhum texto é independente de um contexto, nenhum texto é livre de ideologia: fazer qualquer uso da linguagem é usá-la para codificar posições e valores particulares (Eggins 2004, p. 10-11).

O conceito de neutralidade jornalística enfrenta, portanto, diversos questionamentos (p.ex, Pena 2005) – inclusive por parte dos próprios jornalistas, que reconhecem esse impasse e traçam considerações sobre ele. No mesmo texto citado acima, Caldas explica que o “mérito da objetividade” reside em compreender que o repórter tem como meta atingir “o máximo de precisão,

veracidade e profundidade em seu relato” (Caldas, 2002). Para ele, a expressão da opinião continua irrelevante, mas é necessária a capacidade de interpretar, traduzir e comparar acontecimentos, de forma embasada, para que o leitor possa ter uma visão mais ampla do fato, uma contextualização dele que demonstre suas possíveis implicações e desdobramentos, esclarecendo que repercussões aquele fato poderá ter na vida daquele leitor. Callado (2002, p. 49) concorda: “A interpretação vai assumindo o papel principal, uma vez que a notícia seca, rápida, o flash, vem pelo rádio, pelas chamadas urgentes da TV e pela Internet. *O perigo do texto interpretativo, porém, é a editorialização, isto é, a perda de objetividade da notícia com a introdução da opinião.*” [grifo meu] Voltamos ao princípio: a objetividade como ausência de opinião. Interpretar, sim; opinar, não.

Seguindo adiante na visão jornalística, Caldas contrapõe à sua descrição anterior da objetividade um alerta para o fato de que o enaltecimento da objetividade pode dar ao estudante de jornalismo uma ideia – falsa – de que o repórter “deve ser frio, neutro e assexuado”, e de que a prática correta da atividade seria prejudicada pela emoção. A isso podemos somar o comentário de Callado: “Mesmo que a sugestão de pauta seja fruto de algum sentimento do repórter, que muitas vezes se indigna com determinadas carências sociais, essa preocupação saudável, fonte geradora de excelentes reportagens, necessita ser traduzida em informações precisas, equilibradas e relevantes, e não com comentários. A opinião sobre as informações apresentadas fica por conta do leitor” (Tabak 2002, p. 66).

Em seu excelente livro sobre ética, Bucci (2000) critica com severidade essa suposta necessidade de abolir a subjetividade, afirmando que o bom jornalismo “se alimenta também da indignação”. Para ele, as passagens mais marcantes do jornalismo estão imbuídas de emoções – que devem estar presentes na reportagem como o estão na alma humana. Bucci frisa que “banir a emoção da informação é banir a humanidade do jornalismo”: “Sem indignação, espanto e surpresa não há reportagem.”

Na prática, o que se verifica é que muitas vezes a emoção encontra pontos de escape, chegando a aparecer com óbvia intensidade. Por exemplo, as retrancas – pequenos títulos colocados no alto das páginas dedicadas a um certo assunto, para sinalizar a unidade temática – utilizadas quando da invasão do Iraque pelos EUA em 2003: enquanto o *Estado de S. Paulo* utilizava a retranca mais contida **A** **2ª Guerra do Golfo**, a opinião editorial era expressa claramente na *Folha de S.*

Paulo, onde lia-se **Ataque do Império**, e no *Globo*, que optava por **A Guerra de Bush**.

Motta (2005), em um artigo para um congresso de Comunicação, ressalta o desencontro entre a postura do jornalista, que escreve “como se fosse um mediador discreto produzindo os seus enunciados de maneira pretensamente imparcial e neutra, querendo que o referente fale por si mesmo”, e o papel revelador das escolhas linguísticas feitas por ele: “seu ato de fala está marcado por uma posição de observador da realidade, implica seleções e escolhas e a presença oculta do leitor em sua mente, que influem na sua maneira de dizer.” (Motta 2005, p. 3).

A síntese a que se chega, após a leitura desses textos, é a consideração de que a *busca* da objetividade não deve ser igualada à *obrigação da neutralidade*. Ser objetivo, portanto, é procurar transmitir os fatos da maneira *mais neutra possível*, para que o leitor possa tirar *suas próprias* conclusões. Reconhecer essa relação permite ao jornalista uma posição consciente diante da sua produção.

Bucci resume a questão de maneira para mim definitiva:

Quem produz as notícias são os homens, são sujeitos. O jornalista é portanto um sujeito falando de outro sujeito para um terceiro sujeito. Ou é um sujeito falando com outro sujeito sobre um terceiro. E um quarto. Rigorosamente, então, o jornalismo não tem objetos – só tem sujeitos. Os repórteres, editores, fotógrafos, os câmeras – todo mundo na imprensa – têm suas definições de foro íntimo, são idênticos aos seus objetos (ou melhor, aos sujeitos que lhes servem de objetos), isto é, são iguaizinhos àqueles que são notícia e àqueles que são leitores, telespectadores, ouvintes. Como é, então, que podem descrevê-los objetivamente?

A única resposta possível é subjetiva: a objetividade depende de quem for o jornalista e de qual for a história a ser investigada e contada. A melhor objetividade no jornalismo é então uma justa, transparente e equilibrada apresentação da intersubjetividade (Bucci 2000, p. 93).

2.3.1

Sala de espelhos

Na citação que encerra o item acima, Bucci descreve como os jornalistas são idênticos aos seus leitores. Essa imagem oferece duas possibilidades de leitura, na verdade, com impactos diferentes para o discurso jornalístico: vindo por um ângulo, e acredito que Bucci pretendia ser compreendido assim, o jornalista é

igual ao seu leitor, ou seja, é uma pessoa, um ser humano como qualquer outro; pela perspectiva inversa, o jornalista acredita que o seu leitor é igual a ele, e projeta essa identificação ao escrever seus textos. A frase anterior não é uma tautologia. O jornalista que se vê como um ser humano sabe que é passível de erros, que sua perspectiva será sempre limitada, que ele pode apenas fazer o possível, e em geral pretende contribuir para a mudança da sociedade. O jornalista que projeta a si mesmo no leitor escreve para si mesmo, sobre os assuntos que lhe interessam, com a abordagem que lhe é mais conveniente; pode parecer um conspirador maquiavélico dedicado a sabotar a sociedade, mas trata-se, talvez, apenas de um profissional um tanto autocentrado.

É interessante neste ponto do trabalho comentar um pouco mais sobre a visão que os jornalistas têm de si mesmos. O alemão Michael Kunczik (2002) dedica bastante espaço em seu livro à discussão de conceitos como a auto-imagem do jornalista, os motivos de sua escolha profissional, a maneira como ele se posiciona eticamente diante da sociedade. Por exemplo, ele afirma que, basicamente, os jornalistas não constituem uma categoria social homogênea, “ainda que, pelo menos nos países industrializados do Ocidente, geralmente tenham antecedentes na classe média” (Kunczik 2002, p. 16-17). Ainda segundo o autor, não só as tarefas como também a auto-imagem profissional dos jornalistas variam bastante conforme a posição que ocupam no meio de comunicação e do tipo de mídia (jornal, rádio, televisão etc.) em que trabalham.

Kunczik também faz um levantamento da literatura a respeito da auto-imagem do jornalista e seu papel profissional (Kunczik 2002, p. 97/98). Segundo ele, o resultado mais comum em pesquisas desse tipo é a “formulação idealista de dois tipos contraditórios”: de um lado, o jornalista objetivo e neutro, distanciado passivamente dos eventos de que trata; de outro, o jornalista ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causas. Na realidade, assinala Kunczik, essas duas visões não são mutuamente excludentes. Um jornalista pode sentir-se igualmente comprometido com a reportagem objetiva e neutra e com uma obrigação social.

A subjetividade e a reportagem feita com consciência não se contradizem. A objetividade significa simplesmente não distorcer nem suprimir os fatos (Kunczik 2002, p. 101).

Outro aspecto relevante para a questão da auto-imagem do jornalista é o fato de que frequentemente os veículos jornalísticos se pautam – ou seja, decidem o que é notícia – uns pelos outros. Kunczik (2002, p. 171) afirma que os "grandes meios de comunicação de massa" – o *New York Times* nos EUA, por exemplo – têm uma função de "líderes de opinião", e são copiados pelos "pequenos". Ou seja, o que é notícia para um veículo é também para o outro, o enfoque dado é parecido e os jornalistas compartilham mais ou menos os mesmos pontos de vista. Para o autor, essa atenção dedicada pelos jornalistas “aos sistemas de seleção” dos demais meios de comunicação ajuda a reduzir dúvidas quanto à validade dos próprios critérios de seleção. O fato de alguns meios de comunicação de massa servirem como guias desses critérios de seleção, continua Kunczik, pode significar que os meios de comunicação muitas vezes não reagem aos acontecimentos em si, mas à repercussão que eles têm em outros veículos ou outros meios de comunicação de massa. Para poder cumprir sua tarefa, os jornalistas precisam conhecer seu público, ter informações precisas sobre ele e demonstrar interesse por ele. Pesquisas de opinião podem cumprir a função de fornecer informações gerais, mas geralmente o “público” é uma abstração (id, p. 190-191). É muito provável, por exemplo, que muitos jornalistas tenham uma imagem do público que corresponda a sua própria procedência. Por outro lado, para o autor, é possível também que a “baixa opinião acerca do público e o cinismo de muitos jornalistas sejam o resultado de suas relações diárias com os erros e fraquezas dos seres humanos, com sua maldade, corrupção e intolerância” (Kunczik 2002, p. 190-191).

Os jornalistas compensam essa deficiência orientando-se pela opinião de colegas e/ou especialistas. E com isso chegamos à questão do feedback entre jornalistas, que contribui para a formação tanto da auto-imagem do profissional quanto para a imagem que ele tem do público – e que novamente remete a Bakhtin e a noção do dialogismo (Bakhtin, 1992). Por exemplo:

Por mais monológico que seja um enunciado (uma obra científica ou filosófica, por exemplo), por mais que se concentre no seu objeto, ele não pode deixar de ser também, em certo grau, uma resposta ao que já foi dito sobre o mesmo objeto, sobre o mesmo problema, ainda que esse caráter de resposta não receba uma expressão externa bem perceptível (Bakhtin 1992, p. 317).

Como descreve Kunczik, “a forte orientação para os colegas é típica do jornalismo” (id, p. 191). É entre os colegas que o jornalista busca suas referências, em parte porque, como foi mencionado acima, ele não tem informações precisas sobre seu público; mesmo quando se interessa por conhecê-las, nem sempre o feedback é suficiente. Além disso, os critérios para seleção de noticiais, na prática, são regras gerais, transmitidas de modo geralmente informal, sempre com o reforço de que é através da experiência que se chega a uma certeza – nada mais lógico, portanto, que buscar nos colegas e nos veículos concorrentes a confirmação ou não de suas próprias decisões. Devido a isso, conclui Kunczik (id, ibid), existe “ampla homogeneidade de opinião entre os jornalistas, especialmente entre os do mesmo meio de comunicação”.

2.4 Metaforicamente falando

A decisão de utilizar textos de um período de guerra e de um período de Copa não é aleatória. Notícias que têm o jornalista como personagem ocorrem em diversos momentos, como quaisquer outras; uma pesquisa que cobrisse um outro período de tempo poderia encontrar textos suficientes para análise. No entanto, os dois momentos escolhidos, tanto uma Copa do Mundo quanto uma guerra recém-declarada, são situações que *concentram* notícias sobre jornalistas. Inúmeros profissionais são deslocados para a cobertura dos dois tipos de evento, tanto fisicamente – aqueles enviados para a cobertura *in loco* – quanto dentro da redação – aqueles destacados para esse assunto específico; esse deslocamento ajuda a criar situações em que o jornalista aparece nas notícias como personagem.

Como já foi dito, à primeira vista, os dois contextos parecem diferentes demais para que haja comparação – guerra x competição esportiva, cobertura internacional x cobertura esportiva, drama x festa. Por outro lado, como também já foi mencionado, em alguns aspectos, a guerra e a copa podem ser descritas em termos bastante semelhantes: as notícias que geram são basicamente centradas em dois tipos de eventos – cobertura direta de “embates” (batalhas x jogos) e entrevistas coletivas dadas por protagonistas das ações; por diversos motivos, atraem atenção mundial, e sua cobertura mobiliza numerosas equipes de

jornalistas do mundo inteiro. Cabe lembrar aqui algumas ideias de Lakoff e Johnson, segundo as quais nosso sistema conceitual, que governa como pensamos, como percebemos o mundo, como nos relacionamos com os outros, tem uma base amplamente metafórica (Lakoff e Johnson 1980, p. 3). Como exemplo de um conceito metafórico que estruture uma atividade cotidiana, o autor cita o conceito de Argumentação e a metáfora conceitual de que Argumentação é Guerra: daí temos expressões como “Vencer uma discussão.”, “Seu argumento é indefensável”, “Sua crítica foi direto no alvo.” (id., p. 4). Para Lakoff e Johnson, nós não apenas pensamos na Argumentação em termos de Guerra: realmente atacamos nossos opositores, planejamos estratégias, abandonamos posições indefensáveis para adotar novas linhas de ataque. Neste sentido, segundo ele, podemos dizer que a metáfora Argumentação é Guerra estrutura as ações que desempenhamos ao argumentar (id., *ibid.*).

Aplicando esta noção às duas situações envolvidas neste trabalho, poderíamos dizer que Esporte é Guerra – ou será que Guerra é Esporte? Vejamos a primeira opção. No esporte – no Futebol, que é a modalidade em questão – temos, de imediato, vencedores e perdedores, jogadores de ataque e defesa, estratégias para vencer a partida, times que jogam na defesa, outros que preferem atacar (validando expressões belicosas como “a melhor defesa é o ataque”). Além disso, um chute forte pode ser uma bomba, uma vitória por grande diferença de placar pode ser um massacre, um jogador que faz gols é artilheiro, um time pode fazer uma boa ou uma má campanha, os times se enfrentam, há um confronto, segue-se uma tática, uma estratégia, o líder do time é o capitão, e se ele disciplina os colegas é um sargento. Parece um pouco menos óbvio ver a Guerra como Esporte – mas uma tática bem sucedida pode ser descrita como uma jogada de mestre. De qualquer forma, acredito que podemos considerar que os dois conceitos estão estruturados de forma bastante aproximada no nosso sistema conceitual. E o próprio embaixador do Iraque na ONU durante o período da invasão, Mohammed al-Douri, pareceu deixar claro o quanto são próximos os conceitos de Guerra e Esporte na construção do nosso pensamento: ao declarar que o Iraque havia realmente perdido, ele disse: "O jogo acabou."² O comentário

² Folha de S. Paulo, 10/4/03. *EUA derrubam o regime de Saddam.*

causou reações indignadas nos EUA, justamente pela comparação da guerra a um jogo.

Essa proximidade se reflete em uma visão geral da situação e, por consequência, do material coletado. As notícias produzidas nos contextos da guerra recém-declarada e da copa do mundo giram em torno, basicamente, de duas situações: a cobertura dos eventos em si, com a descrição do que ocorreu – na guerra, batalhas, movimentação de tropas; no esporte, jogos, treinos – e o relato de entrevistas feitas com os protagonistas do espetáculo, militares e políticos no primeiro caso, jogadores e técnicos no segundo, seja em coletivas de imprensa, formalmente organizadas, ou em exclusivas. Além destas, surgem como assuntos o cotidiano das cidades que servem como cenário para o evento, as atividades da população civil das áreas em conflito, bem como dos torcedores, dentro e fora dos estádios, e, curiosamente, as atividades dos próprios jornalistas.

2.5

Um trabalho de interpretação

A proposta deste trabalho é analisar a imagem que a mídia transmite do jornalista, através de uma abordagem sistêmico-funcional, utilizando ferramentas de linguística de corpus, mas baseada principalmente na gramática funcional conforme descrita por Michael Halliday (cf. cap. 3). Na introdução da segunda edição de sua gramática, Halliday (1994, p. xvi-xvii) defende que a análise de um texto em termos gramaticais é o primeiro passo a ser dado para qualquer tipo de análise, seja linguística ou não, como, por exemplo, a investigação do “uso da linguagem na publicidade, na propaganda política ou similares” (Halliday 1994, p. xvi). A análise gramatical, diz ele, serve como base para a análise final, “um trabalho de interpretação”.