

# **Desacontecimento jornalístico enquanto estratégia de narração de fatos não marcados**

**elementos para a reflexão sobre a reconfiguração da notícia**

**Unhappenings as strategy for narrating unmarked facts**

**elements for reflection on the reconfiguration of news**

***Mauro de Souza Ventura***

*Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Unesp. Livre-Docente em Jornalismo. Doutor em Teoria Literária e Literatura Comparada pela USP.*

*Universidade Estadual Paulista, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Bauru (SP), Brasil.*

***Tayane Aidar Abib***

*Doutora e Mestre em Comunicação pela Unesp. Desenvolveu estágios de pesquisa na Universitat Autònoma de Barcelona, na Universidad Complutense de Madrid e na Universidade Nova de Lisboa.*

*Universidade Estadual Paulista, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Bauru (SP), Brasil.*

## **Resumo**

Este artigo problematiza a literatura sobre gêneros e noticiabilidade jornalística para, em chave de resistência aos tradicionais processos de produção jornalística, propor o conceito de desacontecimento enquanto estratégia de narração de fatos não marcados (Sodré, 2009), a partir do registro da cotidianidade de personagens anônimos e da mobilização de dispositivos dialógico-afetivos. Inscreve, neste sentido, um quadro semântico alternativo à dinâmica da informação,

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed49.2023.177>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 49, p.85-101, jan./abr. 2023

viabilizada como contrapartida empreendida por atores do campo profissional e por agentes externos que, em vias de mediação, geram circuitos alternativos às lógicas profissionais.

**Palavras-chave:** Noticiabilidade. Acontecimento jornalístico. Desacontecimento jornalístico.

## Abstract

This study revisits the literature on journalistic genres and news in order to propose the concept of news as unhappenings as a strategy for narrating unmarked facts (Sodré, 2009), based on the record of daily life of anonymous characters and the mobilization of dialogical-affective devices. In this sense, it inscribes a semantic framework alternative to the dynamics of information, made possible as a counterpart undertaken by actors in the professional field and by external agents who, in the process of mediatization, generate alternative circuits to professional logic.

**Keywords:** News. Journalistic event. News as unhappenings.

## Resumen

Este artículo revisa la literatura sobre géneros y noticias periodísticas, para proponer el concepto de desacontecimiento como una estrategia para narrar hechos no-marcados (Sodré, 2009), basado en el registro de la vida cotidiana de personajes anónimos y la movilización de dispositivos dialógicos afectivos. En este sentido, inscribe un marco semántico alternativo a la dinámica de la información, hecho posible como contrapartida empreendida por actores en el campo profesional y por agentes externos que, en el proceso de mediatización, generan circuitos alternativos a la lógica profesional.

**Palabras clave:** Noticias. Acontecimiento periodístico. Desacontecimiento.

## 1. Introdução

Este artigo inscreve-se em chave propositiva de resistência em relação aos tradicionais processos de produção jornalística: busca reunir elementos teóricos e interpretativos para a reflexão sobre vias alternativas de narração dos fatos sociais, considerando o conceito de acontecimento como central para o pensamento acerca da notícia e dos modos de reconfigurá-la. Fundamenta-se, assim, sob o intento de

discutir a literatura sobre gêneros e noticiabilidade jornalística (MARQUES DE MELO, 1985; McQUAIL, 2003; TRAQUINA, 2008; SODRÉ, 2009; ALSINA, 2005) a fim de cotejar a possibilidade de se trabalhar a concepção de desacomodamento enquanto dispositivo para abarcar outras formas de narrar.

Se a noção de acontecimento nos ajuda a compreender o processo de construção da realidade, por meio da prática produtiva e das rotinas jornalísticas que o engendram, a aceção do desacomodamento nos leva a considerar dinâmicas profissionais que acionam uma leitura social distinta, a partir do protagonismo conferido a atores marginalizados pelo interesse hegemônico público e midiático e da mobilização de aparatos dialógico-afetivos no tratamento dos fatos. Projeta-se, assim, como estratégia textual a refletir conteúdo e forma específicos e a, neste sentido, revestir de novos contornos a investigação sobre os quadros semânticos à disposição dos profissionais na emissão das mensagens.

Trata-se de um estudo, portanto, dedicado a explorar as potencialidades de gramáticas contestadoras ao *modus operandi* dos grandes meios de comunicação, manifestas a partir de iniciativas de profissionais que, sobretudo por embates editoriais nos ambientes das redações, conseguem empreender pautas destoantes aos valores de desvio e proeminência que caracterizam o produto noticioso. Dessa maneira, evidenciamos o *status* tradicional da notícia que se reformula em função de figuras que, dentro do campo profissional, subvertem o código de produção jornalística e suas repercussões nos esquemas clássicos de narração.

## 2. Comunidade jornalística e cultura profissional

Toda profissão, afirma Nelson Traquina (2008, p. 65), é sobrecarregada de imagens, “mas talvez outra não seja tão rodeada de mitos como a do jornalismo”. Porta-voz da opinião pública, defensor da independência e da liberdade, servidor do público, cão de guarda dos poderes instituídos ou Quarto Poder são os atributos destacados no quadro das representações<sup>1</sup> que paira sobre o grupo e que, conforme Patrick Charaudeau (2009, p. 116), desempenha essencialmente três funções sociais, que estão intimamente ligadas umas às outras: organizar coletivamente sistemas de valores que integram os esquemas de pensamento normatizados próprios a um grupo, exibir as suas características

---

<sup>1</sup> Seguindo a linha de Serge Moscovici (2007, p. 47), entendemos representações sociais enquanto “um conjunto de conceitos, proposições e explicações originadas na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais. Elas são o equivalente em nossa sociedade, dos mitos e sistemas de crenças das sociedades tradicionais; podem também ser vistas como a versão contemporânea do senso comum”.

comportamentais diante de sua própria coletividade e, por fim, “encarnar os valores dominantes do grupo em figuras (indivíduo, instituição, objeto simbólico) que desempenham o papel de representantes da identidade coletiva”.

O polo simbólico do campo, que reúne suas imagens e valores fundamentais, “as premissas inquestionáveis sobre as quais assenta sua própria existência” (TRAQUINA, 2008, p. 48), manifesta assim o *ethos* profissional que, no compasso do capitalismo e dos processos que incluem a industrialização, a urbanização, a educação em massa e o progresso tecnológico, se firmou como “consciência atuante e objetivada do grupo social” (SODRÉ, 2009, p. 45) e como respaldo a uma maneira de ser e agir que busca conferir sentido e legitimidade às suas ações no tecido social.

Durante o século XVIII, os jornais ainda serviam de instrumento a causas político-partidárias, baseados, sobretudo, em conteúdos opinativos. Na medida em que a atividade se expande comercialmente, com o próprio aperfeiçoamento das rotativas e da fotografia e o surgimento do telégrafo, a informação se torna não só um negócio lucrativo, mas um elo vital na teoria democrática. O jornalismo então fundamentado nos fatos passa a se apoiar na noção de prestação de serviços ao público, inscrevendo em seu discurso os ideais de busca da verdade, independência e imparcialidade. Começa a tomar forma, neste sentido, aquilo que Charaudeau (2009, p. 74) chama de contrato de comunicação. Definido por meio de representações idealizadas para legitimá-lo socialmente, o contrato acaba expressando a tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma, a uma lógica particular: a de informar o cidadão, resultante de uma lógica cívica; e a de captar as massas, cuja produção se associa a uma dinâmica comercial de consumo, visando sobreviver à concorrência.

Para conquistar maior autonomia e estatuto social, seus agentes também se associaram em clubes e sindicatos, como o *Washington’s Correspondents Club*, organizado em 1867, na capital norte-americana, e introduziram formalmente uma instrução jornalística no ensino superior, no início do século XX, especificamente nos Estados Unidos e na França, com o objetivo de precisamente engendrar o caráter de profissionalização que consolidaria o campo e as autorrepresentações que até hoje circundam a identidade profissional.

O processo de profissionalização levou à formação de uma panóplia de mitos que constituem o núcleo de toda uma cultura profissional que, defendemos, é partilhada por uma “comunidade interpretativa” transnacional. Ingrediente indispensável da cultura jornalística é todo um sistema de valores que esboçam

um retrato bem claro da identidade profissional dos membros da tribo e todo um conjunto de critérios que formam toda uma cultura noticiosa [...] que criam uma “realidade seletiva”, o mundo oferecido pelos membros de “Novaslândia” (TRAQUINA, 2008, p. 189).

As reflexões de Traquina (2008) sobre a comunidade profissional ou tribo jornalística dialogam com os trabalhos da socióloga norte-americana Barbie Zelizer (1993) que discutem – ademais dos efeitos da profissionalização do jornalismo e de suas normas de conduta e comportamento – uma dimensão alternativa que o inscreve enquanto grupo interpretativo, cujos membros difundem significados e convenções tácitas, que acabam por produzir indicadores que ajudam a compreender como os jornalistas constroem – também em um âmbito informal – narrativas e definições do que é considerado uma prática adequada<sup>2</sup>.

A partir de uma pesquisa comparativa entre jornais de quatro países diferentes – Portugal, Espanha, Brasil e Estados Unidos –, enfocada na cobertura noticiosa sobre a Síndrome de Imunodeficiência Adquirida (AIDS), o autor português delimita como aspectos que caracterizam o agir profissional os saberes específicos de reconhecimento, procedimento e narração, cujas maneiras homogêneas de ver, agir e falar orientam o universo da informação midiática que, conforme destaca Charaudeau (2009, p. 151), “é efetivamente um universo construído”.

Trata-se de uma abordagem que nos permite evidenciar a presença de um quadro comum de referências cognitivas, perceptivas e avaliativas a atravessar o processo de produção jornalística, conformando técnicas de coleta de informação, estruturas textuais precisas e uma linguagem específica, que Traquina (2008, p. 116) denominou “jornalês”, para sustentar um *ethos* especializado e coeficientes de confiabilidade pública nos relatos, além de convergir para um ordenamento da rotina em meio a constrangimentos organizacionais.

Tal qual indicado por José Marques de Melo (2003), essas gramáticas, que também constam nos manuais de redação desde o final do século XIX, preveem e padronizam formatos, norteiam comportamentos e ajudam a estabelecer uma espécie de mecanismo narrativo a ser usado para garantir a eficiência da indústria midiática na produção de conteúdos e o cumprimento do contrato tacitamente firmado com os receptores. Neste âmbito da cultura profissional em que se instalam os procedimentos

---

<sup>2</sup> “Journalists, in this view, come together by creating stories about their past that they routinely and informally circulate to each other – stories that contain certain constructions of reality, certain kinds of narratives, and certain definitions of appropriate practice” (ZELIZER, 1993, p. 223).

partilhados pela tribo, figuram os gêneros jornalísticos – artifícios instrumentais que, conforme Ana Carolina Temer (2009, 181), são usados pelos meios de comunicação “como recurso para atender às necessidades de padronização de produto”, a partir dos quais seguiremos a aprofundar a compreensão sobre a dinâmica jornalística.

### 2.1. Em lógica de gêneros e formatos jornalísticos

Se revisitarmos a obra de Mikhail Bakhtin (2003, p. 262, grifos do autor), evidenciaremos que, embora cada enunciado seja particular e individual, “cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis*, os quais se denominam *gêneros do discurso*”. Esses tipos associam três elementos indissolúveis – conteúdo temático, estilo e construção composicional –, que são determinados pela especificidade das áreas da comunicação. Aqueles referentes ao discurso oral – conversas de salão sobre temas do cotidiano, conversas à mesa, conversas íntimo-amistosas, íntimo-familiares –, designados pelo autor russo como gêneros primários, “se prestam a uma formulação livre e criadora”, ao passo que os secundários (publicísticos, científico, literários) são “menos propícios para o reflexo da individualidade na linguagem” (p. 284).

Neste último grupo, identificamos o discurso jornalístico, que, articulado em linha de produção industrial-capitalista, “pôs em primeiro plano a tarefa de apenas informar o público, assim privilegiando a objetividade profissional das técnicas de texto e o desenvolvimento dos processos mecânicos e eletrônicos de reprodução das mensagens” (SODRÉ, 2009, p. 55). Buscando apagar do ofício as marcas da individuação, a forma jornalística se caracteriza pelos princípios de correção, clareza, precisão, harmonia e unidade (BELTRÃO, 1969), que revelam, em última instância, um ritual estratégico cujo objetivo é “neutralizar os jornalistas de potenciais críticas, para seguirem rotinas confinadas pelos limites cognitivos da realidade” (TUCHMAN, 1999, p. 75), por meio da apresentação de possibilidades conflitais e de provas auxiliares, do uso judicioso de aspas e da estruturação da informação em uma sequência apropriada.

A configuração dos gêneros jornalísticos espelha esses aspectos ligados à cultura profissional, constituindo-se pela demarcação precisa das fronteiras entre as duas classes consideradas hegemônicas pela literatura do assunto: a informativa e a opinativa, emergentes nos séculos XVII e XIX. Trata-se de categorias que operam, de acordo com Marques de Melo (1985), em virtude da funcionalidade ou

intencionalidade do material jornalístico, e assim agrupam unidades de mensagem a partir de estratégias sintonizadas com a processualidade da comunicação periodística.

Fundamentada no pacto implícito de credibilidade que, há mais de três séculos, sustenta a relação de confiança entre o jornalismo e o público, e cumprindo o papel de apresentar sua produção como discurso verídico, a informação figura, conforme Francisco de Assis (2010, p. 18), como primeiro gênero da imprensa mundial – a base da atividade que, desde a tese de doutorado de Tobias Peucer, de 1690, é apontada como o relato da “sucessão exata dos fatos que estão inter-relacionados e suas causas, limitando-se a uma simples exposição”. Nas palavras de Marques de Melo (1985, p. 48):

Os gêneros que correspondem ao universo da informação se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e da evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais estabelecem em relação aos seus protagonistas.

Aqui, a função de vigilância social da mídia se expressa pela observação da realidade, com a descrição daquilo que é apreensível aos profissionais, e ganha forma por meio de notas, notícias, reportagens e entrevistas – feições que se distinguem pela “progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição e a acessibilidade de que goza o público” (p. 48) –, cujos parâmetros estruturais relacionados ao *modus operandi* de cada unidade, sobretudo da notícia, serão melhor detalhados no tópico a seguir.

Os textos que contém opiniões explícitas – com um tom argumentativo que, durante os processos revolucionários de natureza anticolonial (Estados Unidos, 1776) e anti-absolutista (França, 1789) converteram a imprensa em arena de combate e, desde então, a situam também como fórum de ideias – pertencem ao outro núcleo de interesse da profissão, o da “análise da realidade e a sua avaliação possível dentro dos padrões que dão fisionomia à organização” (MARQUES DE MELO, 1985, p.47). Diante da necessidade humana de exprimir juízo sobre acontecimentos e ideias, e da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos das suas versões, o gênero opinativo se estabelece, portanto, com a função de manifestar “o que se pensa sobre o que se passa”, a partir de autoria e angulação definidas e manifestas em artigos, comentários, colunas, resenhas, caricaturas, cartas, crônicas e editoriais.

Há, ainda, outros três gêneros identificados por Marques de Melo, evidenciados por Assis (2010) como complementares precisamente por não serem objeto de consenso entre os autores especializados: o interpretativo, o diversional e o utilitário – característicos do século XX. Em funções de educação e

esclarecimento, de distração e lazer e de auxílio nas tomadas de decisões cotidianas, respectivamente, Marques de Melo (2003) quer inscrever formatos como perfil e análise, histórias de interesse humano e citações e serviços. Para o presente artigo, no entanto, interessa nos atermos à classe informativa, com vistas a explorar as lógicas que regulam o processamento de seu conteúdo e, assim, vislumbrar as reconfigurações possíveis ao formato noticioso a partir do que temos denominado desacomtecimento jornalístico.

## 2.2. Código de produção da notícia

A notícia, escreve o autor britânico Denis McQuail (2003, p. 341), é a “atividade nuclear onde grande parte da ocupação jornalística se define a si própria” e, por isso, merece uma atenção especial quando discutimos a prática profissional. Ainda em 1922, Walter Lippman (2008, p. 216) já ponderava sobre um elemento central para a sua compreensão: “as notícias não são um espelho das condições sociais, mas o relato de um aspecto que se destacou”. Racionalizada no mundo ocidental, especificamente sob bases anglo-saxônicas, como uma *commodity*, “essa é a forma comunicativa que tem lastreado nos últimos séculos a ideia moderna de jornalismo, na medida em que dá margem à construção e manutenção de toda a mitologia da neutralidade que se atribui a uma mercadoria” (SODRÉ, 2009, p. 14) e que, assim, busca garantir a legitimidade da profissão em transmitir a realidade social.

Seu processo de produção, conforme indicam autores como Muniz Sodré (2009) e Miquel Alsina (2005), integra uma complexa cadeia que se inicia com o critério do acontecimento. “A notícia é estratégia de construção e comunicação do acontecimento”, define o jornalista e sociólogo brasileiro (SODRÉ, 2009, p. 15); “é o acontecimento o aspecto central da mercadoria informativa” (ALSINA, 2005, p. 137, tradução nossa), complementa o autor catalão, de modo que é a partir de um tal conceito que poderemos lançar as bases de nossa proposição investigativa.

Antes mesmo da imprensa de massas, segundo Alsina (2005, p. 131, tradução nossa), já era possível identificar algumas das características que até hoje marcam sua concepção: “o conhecimento do acontecer era um privilégio das classes dominantes [...] comerciantes e banqueiros europeus recebiam informações manuscritas sobre o tráfego marítimo, eventos políticos, etc.; o tipo de informação que tinha uma função comercial – financeira”. Com o século XIX, o acontecimento continua a se definir pela “importância das pessoas às quais concerne (chefes, monarcas, etc.), pela preponderância às ocorrências políticas” (p. 135,



tradução nossa). E, ainda que, ao final desse mesmo século, se tenha dado uma diversidade temática na cobertura da imprensa, continua a se verificar uma tendência à homogeneidade formal:

O acontecimento, em geral, aproxima-se da noção de *sucesos*. Isto é, o acontecimento se define pela importância da mensagem. A ideia de *sucesos* nos remete a convenções sociais que foram violadas, quando há uma ruptura na lógica do cotidiano. Um conhecido aforismo jornalismo indica que o acontecimento é que um homem morda um cachorro, e não o contrário (p. 140, tradução nossa).

Insere-se, deste modo, o acontecimento no terreno do improvável, em referência à separação do fato com relação à norma, pela qual estabelecemos uma equivalência com a ideia de desvio. Patrick Charaudeau (2009, p. 101) fala que “o acontecimento só pode emergir numa fratura”, e Stella Martini (2000, p. 30, tradução nossa) o descreve como “uma ruptura que se destaca sobre um fundo uniforme e constitui uma diferença”. Trata-se de acepções que enfatizam o potencial de saliência como característica principal do acontecimento jornalístico, isto é, o seu caráter de irrupção do improvável: quanto menos previsível for, mais interesse deverá despertar entre os membros da comunidade profissional. Tal código, inscreve, por assim dizer, a narração do fato social e a própria mirada jornalística no âmbito ora do notável, ora do inesperado, ora da desordem.

Esse aspecto, afinal, é como a constante que prevalece em todos os estudos de noticiabilidade. A prática tradicional ou hegemônica da corporação jornalística, considerando o *ethos* e cultura historicamente construídos, “marca” o mundo apenas com o visível imediato, ainda que dele também faça parte, alerta-nos Sodré (2009, p. 99), “o invisível que caracteriza os desejos e as esperanças”. Quando fala em marcação, o autor brasileiro quer precisamente sublinhar que o acontecimento, do qual resulta a notícia, é um “fato mais determinado para o sistema de informação pública”, quer dizer, corresponde a critérios, firmados como parâmetros pela instituição jornalística, que se constituem como tais “não por serem únicos, incomparáveis ou irrepetíveis, mas por determinarem categorias de organização ou controle dos fluxos (econômicos, sociais, políticos) que atuam no espaço urbano” (p. 75).

Notícia, portanto, não é qualquer fato que emerge na realidade social, “e sim aquele previamente codificado pela rotina produtiva do sistema informativo com uma inscrição potencial junto ao público-leitor” (p. 76). Pamela Shoemaker e Stephen Reese (1996, p. 106, tradução nossa) demonstram, em suas investigações, a relação da noticiabilidade com as dimensões do desvio e da significância social de um acontecimento:

Ao longo dos anos, os valores-notícia se tornaram bastante previsíveis. De fato, eles são incluídos com pouca variação na maioria dos livros didáticos de jornalismo. De uma maneira ou de outra, os seguintes valores de notícias expressam o que as pessoas acham interessante e importante saber. Eles incluem importância, interesse, controvérsia, incomum, atualidade e proximidade.

Os autores ponderam sobre um indício relevante para o estudo que aqui desenvolvemos: a maior parte das notícias é sobre pessoas proeminentes; para aquelas que não são, “a cobertura noticiosa demanda que ela faça algo desviante – como violar uma lei” (p. 253, tradução nossa). Esse aspecto também desponta nas pesquisas de Johan Galtung e Mari Huges (1965, p. 77, tradução nossa): “quanto mais baixo o *status* de uma pessoa, mais negativa a notícia sobre ela deve ser” – o mesmo se aplicando para o relato acerca de países.

A noção de valor-notícia, ao refletir a rotina das pautas profissionais – “parâmetros jornalísticos de tratamento do fato [...] em função do conjunto de regras, hábitos e convenções que estruturam o campo da imprensa” (SODRÉ, 2009, p. 71) –, ajuda-nos a compreender, por fim, aquilo que Shoemaker (2006, p. 256, tradução nossa) designa por “jornalismo em pacote”: coberturas noticiosas similares em diferentes meios de comunicação, que resultam do compartilhamento de critérios entre os membros da tribo e da própria observação dos trabalhos desenvolvidos pela concorrência – “jornalistas frequentemente leem as matérias uns dos outros, buscando a confirmação de que suas próprias decisões estão corretas”.

A noticiabilidade, afinal, é um construto cognitivo, fruto de um processo decisório levado a cabo pelos indivíduos, e toda forma de ver, é sabido, é também uma forma de ocultar. A escolha, pontua Charaudeau (2009, p. 38), “põe em evidência certos fatos, deixando outros à sombra”. Há, neste sentido, determinados aspectos da realidade que acabam por ficar de fora de nosso conhecimento sobre o que nos cerca, uma vez que não ganham a marcação dos valores-notícia pelo grupo profissional. Esses fatos que Sodré (2009, p. 76, grifos do autor) denomina “não marcados” não significam fatos sem importância social, mas sim “fatos não imediatamente relevantes para o *cânone da cultura jornalística* [...] normalmente desconsiderados pela marca o (pauta) da grande m dia”.

Trata-se do que aqui elegemos designar por desacontecimento jornalístico, como que a indicar uma matriz provocativa de resistência aos critérios tradicionais de produ o da notícia, um certo tipo de estratégia de narra o do fato social. A responsabilidade das m dias reside em suas escolhas e, se os meios têm priorizado uma agenda que trata do insólito, nossa proposta é discutir uma cobertura que opta por se

colocar à sombra da desordem aparente, inscrevendo-se, portanto, sob a parte saliente do iceberg noticioso.

### 3. Desacontecimento jornalístico

Em consonância com o tom provocador de Eliane Brum<sup>3</sup> (2013, p. 13), que definiu sua dinâmica com o conceito de desacontecimento, a expressão “dá conta de uma escolha: escrever sobre a extraordinária vida comum, sobre o cotidiano dos homens e das mulheres que tecem os dias e também o país, mas nem sempre são contados na história”. No fundo, é como se o interesse noticioso dessa tal matriz operasse às avessas, em código contrário à própria natureza de imprevisibilidade que constitui um acontecimento: se a história da imprensa testemunha uma predileção pela ruptura ou pela desordem, um certo tipo de antinotícia deve se pautar pelo rotineiro ou pelo comum – no lugar da quebra, a continuidade; no lugar do extraordinário, o banal; o que se repete; o que é de todos os dias.

A noticiabilidade provocativa ao *modus operandi* hegemônico reside, assim, no território da vida cotidiana, essa vida de *todo* homem, como define Agnes Heller (2000, p. 17, grifo da autora), “onde todos a vivem, sem nenhuma exceção, qualquer que seja seu posto na divisão do trabalho intelectual e físico”. O cotidiano, de acordo com Heller (2000), é onde se manifesta o homem inteiro, isto é, onde ele manifesta os aspectos de sua individualidade, onde pode colocar “em funcionamento todos os seus sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, seus sentimentos, paixões, ideias e ideologias”. Michel de Certeau (1994, p. 31) nos diz que o cotidiano, aquilo que nos é dado cada dia e que nos cabe em partilha, é fadiga, mas é também desejo. É o peso da vida e a dificuldade de vivê-la, é aquilo que nos prende intimamente, mas é também “um mundo que amamos profundamente, memória olfativa, memória dos lugares, memórias do corpo, dos gestos da infância, dos prazeres”.

Por isso, para o autor francês, o domínio de uma história do cotidiano – que ele denomina não história – é, na verdade, o invisível. Afinal de contas, por trás do ritmo fixo, da repetição e da rigorosa regularidade que estrutura a cotidianidade, escreve Heller (2000, p. 40), cada qual “se apropria a seu modo da realidade e impõe a ela a marca de sua personalidade”. É neste sentido que acreditamos que o campo

---

<sup>3</sup> A jornalista gaúcha iniciou sua carreira profissional no diário *Zero Hora*, de Porto Alegre, em 1989, no qual permaneceu atuando como repórter até 2000. Dessa primeira fase de seu trabalho, é possível encontrar um compilado de suas reportagens no livro *A vida que ninguém vê* (2006). Em 2000, mudou-se para São Paulo e colaborou, por 13 anos, como repórter especial e colunista da revista *Época*. Deste período, resulta sua obra *O olho da rua* (2008). Desde novembro de 2013, Eliane Brum assina colunas quinzenais, também traduzidas ao espanhol, no *El País* Brasil, *El País* Espanha e *El País* América Latina.

pode contribuir com a prática jornalística: o profissional que se atenta aos minúsculos do cotidiano é capaz de descobrir que há espontaneidade, há criação e recriação na vida de todos os dias.

Para além das marcas criativas que habitam nosso fervilhar existencial, Michel Maffesoli nos ensina que no cotidiano encontramos também elementos de socialidade que designam o próprio fundamento do estar-junto. Na contramão dos que enxergam o social como resultante de uma lógica determinada econômica ou politicamente, a sociologia da vida cotidiana de Maffesoli (2005, p. 102) quer integrar “no e pelo conhecimento tudo o que está próximo: ressaltar todos os fragmentos, essas situações minúsculas, essas banalidades que por sedimentação constituem o essencial da existência”. Sua reflexão aceita, assim, o desafio epistemológico daquilo que ele chama de “lógica do doméstico”.

O vivido, deste modo, também no jornalismo, não pode ser visto como o sintoma de outra coisa, mas deve bastar por si mesmo, inclusive enquanto pauta noticiosa. Na localidade, na vizinhança, nos espaços rotineiros, se esboçam modos de ser e de estar-juntos que precisamos nos empenhar em apreender. Cumpre-nos voltar os olhos, aconselha Maffesoli (1984, p. 11) – em uma assertiva que pode muito bem interpelar jornalistas – “para esta vida de todo dia que, de modo caótico e aleatório, no tédio e na exuberância, prossegue seu caminho de modo obstinado e um tanto incompreensível”.

Quando insistimos no valor da trama cotidiana, das microatitudes e das situações pontuais a princípio aparentemente insignificantes e efêmeras, é porque, na verdade, delas escapam permanências e potências sociais, isto é, “a irreprimível e misteriosa vontade de viver de toda existência individual e social” (p. 12). Se os pequenos fatos da vida cotidiana, na visão do intelectual francês, não podem ser desconsiderados pela investigação sociológica, uma vez que constituem o essencial da cena social, tampouco podem ser negligenciados por uma dinâmica jornalística que se deseja divergente – intersubjetiva em seus processos.

Eis, então, um terreno fértil e diversificado em que a noticiabilidade jornalística pode reinventar-se: “o mecanismo das criações minúsculas, essas situações da vida cotidiana, é, nesse sentido, um domínio ideal onde se pode ver a repetição tornar-se criação ou recriação” (p. 162). A sociologia do cotidiano ensina-nos uma nova tática ante o esgotamento do modelo informativo tradicional e a própria limitação do campo semântico do acontecimento. Ensina-nos que existe intensidade nos fenômenos minúsculos,

banais, que, à primeira vista, nos parecem superficiais. Ensina-nos que há sentido, há potência, há ação criativa e há socialidade no invisível que vivenciamos, aqui e agora, com os outros.

A noção de desacomodamento versa, em última instância, sobre um exercício profissional que não se conforma a um *modus operandi* ou não se deixa conduzir por uma cartilha corporativista de produção. Antes, encadeia-se conforme o *modus vivendi* dos atores sociais que o cercam. Em outras palavras, toda pessoa é uma possível reportagem, desde que haja abertura e disposição para se ler essa possibilidade, desde que se despertem recursos que permitam apreendê-la. Afinal, o interesse principal de uma tal acepção é justamente resgatar condutas sensíveis ao Outro e aos seus entornos sociais na prática noticiosa.

Neste sentido, é importante destacar que os procedimentos e técnicas acionados tradicionalmente pelos meios jornalísticos, na trilha do legado positiva que norteia a profissão (MEDINA, 2008), também passam por reconfigurações. A observação objetiva e precisa do real, as entrevistas pré-pautadas, estruturadas sob a fórmula de pergunta-resposta, a arquitetura textual em *lead* e pirâmide invertida tornam-se dispositivos não mais compatíveis com registros que buscam empreender dinâmicas noticiosas distintas. O desacomodamento jornalístico pode, assim, ser pensado como uma matriz ou um universo de práticas alternativas, de resistência às marcas epistemológicas do espírito comtiano que permeiam as condutas profissionais: narrativas sobre o cotidiano e as figuras anônimas que, em sua processualidade, mobilizam aparatos intersubjetivos.

Uma tal escritura se tece por apuração e interações dialógicas com o Outro e seus entornos, sob o movimento de alteridade de um Eu que se coloca em direção a um Tu, conforme ensina Martin Buber (1982, p. 55), para reconhecer sua singularidade e alcançar um espaço de compreensão com esse ser-outro com quem se relaciona: “voltar-se-para-o-outro”, “sair-de-si-em-direção-ao-outro”, “permanecer-junto-ao-outro”, “tatear para fora dos contornos de si mesmo” para acolhê-lo em sua existência específica. É o que Cremilda Medina (2014, p. 53) denomina signo da relação: a interação social criadora, que desfruta da afetividade e que, nas palavras da autora, “assume o compromisso ético, técnico e estético em relação à realidade [...] aceitando a experiência transformadora do contato com o mundo”.

Este estudo consiste, por fim, em uma crítica à “ditadura lógica da razão” como o “domínio universal” da tradição jornalística, tal qual coloca Sodré (2006, p. 14), a partir do resgate da dimensão do

sensível no plano do exercício noticioso, em que coabitam o poder do afeto e da compreensão: “o sentimento é a emoção lúcida. Pelo sentimento passamos da dissociação entre sujeito e objeto a uma unidade, mesmo que provisória, entre o um e o alter” (p. 52). Pautas cotidianas, fontes ordinárias e entrevistas realizadas em tom de Eu-Tu são, por isso, aspectos fundantes na discussão de uma semântica do desacontecimento. São pensados como os elementos estruturantes de um fazer que, no compasso da trama comum, faz do povo seu personagem e empreende, nas trilhas abertas pelo diálogo, a tessitura da socialidade humana na contemporaneidade, evidenciando, assim, que um ofício noticioso de tipo relacional não cabe nos limites de um campo engessado.

#### **4. Considerações**

Enquanto os homens das notícias seguirem as mesmas rotinas, pontua Leo Sigal (1973, p. 180, tradução nossa), “adotando os mesmos valores profissionais e usando um ao outro como padrão de comparação, as notícias tendem a ser insulares e autorreforçadoras”. Signatária do positivismo, conforme destacamos neste estudo, a cultura jornalística se nutriu, historicamente, daqueles atributos que, no compasso da profissionalização da atividade, buscaram estruturar o ofício enquanto discurso preciso do real, a fim de conferir credibilidade ao seu exercício junto ao público.

Longe de descredenciar a prática jornalística de sua função social e de sua necessidade para os sistemas democráticos, nossa proposta, com o presente artigo e o percurso teórico-interpretativo nele realizado, foi sublinhar um olhar interacionista para a dinâmica informativa, considerando-a uma construção, inscrita em uma esfera cultural de socialização que, no entanto, não é determinista. O que buscamos, com a abordagem alternativa aqui ressaltada, assim, foi problematizar, na linha do que sugere Zelizer (1993, p. 221, tradução nossa), de que modo os jornalistas atribuíram a si próprios o poder de interpretação da realidade. Em outras palavras, “o que levou à adoção pelas organizações noticiosas de certos tipos privilegiados de narração”.

Investigamos, por isso, a comunidade profissional e suas gramáticas de fazer, com particular atenção à configuração dos gêneros jornalísticos que, ao refletirem aspectos ligados à cultura partilhada pela tribo, nos ajudaram a compreender o modelo hegemônico informativo e os processos de produção da notícia – sua matéria-prima. A partir do conceito de acontecimento, identificamos a presença de uma estratégia de narração dos fatos sociais ancorada nos critérios de desvio e proeminência (ALSINA, 2005;

SODRÉ, 2009; SHOEMAKER, 2006) e delimitante de um recorte do espaço público em função desse caráter de irrupção do improvável que figura como constante nas discussões sobre noticiabilidade tradicional.

Sob a noção de desacontecimento jornalístico, procuramos inscrever um quadro semântico alternativo à construção da informação, por um interesse em fatos não marcados (SODRÉ, 2009), que enfatiza a cotidianidade como valor para o registro de personagens e contextos marginalizados pela cobertura midiática e a apropriação de dispositivos dialógico-afetivos na relação com o Outro, de modo a viabilizar um aparato de captação e tratamento de fatos distintos.

**Mauro de Souza Ventura**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5557-228X>

*Universidade Estadual Paulista, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Bauru (SP), Brasil*

*Doutor em Teoria Literária e Literatura Comparada pela USP*

*E-mail: ms.ventura@unesp.br*

**Tayane Aidar Abib**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2110-6640>

*Universidade Estadual Paulista, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Bauru (SP), Brasil*

*Doutora em Comunicação pela Unesp*

*E-mail: tayaneaabib@gmail.com*

Recebido em: 23 de novembro de 2020.

Aprovado em: 23 de janeiro de 2023.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed49.2023.177>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 49, p.85-101, jan./abr. 2023

**Referências:**

- ALSINA, M. **La construcción de la noticia**. Nueva edición revista y ampliada. Barcelona: Paidós, 2005.
- ASSIS, F. Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos. **Revista Alceu**, v.11, n.21, p.16-33, 2010.
- BAKHITIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BELTRÃO, L. **A imprensa informativa**. São Paulo: Folco Masucci, 1969.
- BRUM, E. **A menina quebrada e outras colunas de Eliane Brum**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- BUBER, M. **Do diálogo e do dialógico**. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. The structure of foreign news. **Journal of Peace Research**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 64-91, 1965.
- HELLER, A. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- LIPPMAN, W. **Opinião Pública**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- MAFFESOLI, M. **O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- \_\_\_\_\_. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, Vozes, 1985.
- \_\_\_\_\_. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª edição revista e ampliada. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom RBCC**, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, 2016.
- MARTINI, S. **Periodismo, notícia y noticiabilidad**. Buenos Aires: Editorial Norma, 2000.
- MCQUAIL, D. **Teoria da Comunicação de Massa**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- MEDINA, C. **Atravessagem: reflexos e reflexões na memória de repórter**. São Paulo: Summus, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2008.
- \_\_\_\_\_. **O signo da relação**. São Paulo: Paulus, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Povo e personagem**. Canoas: Ed. Ulbra, 1996.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- SHOEMAKER, P. News and newsworthiness: a commentary. **Communications**, v.31, p.105-111, 2006.



SHOEMAKER, P.; REESE, S. **Mediating the Message**: theories of influences on mass media content. Longman Publishers, 1996.

SIGAL, L. **Reporters and Officials**. Lexington MA: Lexington Books, 1973.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

\_\_\_\_\_. **A narração do fato**. Petrópolis: Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, Vozes, 2006.

TEMER, A.C. Gêneros e gêneros: apontamentos teóricos sobre os conceitos e sua atribuição ao jornalismo feminino. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 30, n.51, p. 177-200, 2009.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Veja, 1999.

ZELIZER, B. Journalists as interpretative communities. **Critical Studies in Mass Communication**, [s. l.], v. 10, n. 3, p. 219-237, 1993.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*